Die Buchverlagsunternehmung

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Doktorwürde

der

Hohen Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät
Wirtschaftswissenschaftliche Abteilung

der

Eberhard-Karls-Universität zu Tübingen

vorgelegt

von

Otto Bader
Diplomvolkswirt
aus Rottenburg am Neckar

1933

Die Buchverlagsunternehmung

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41550010_0090

Die Buchverlagsunternehmung

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Doktorwürde

der

Hohen Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät
Wirtschaftswissenschaftliche Abteilung

der

Eberhard-Karls-Universität zu Tübingen

vorgelegt

von

Otto Bader
Diplomvolkswirt
aus Rottenburg am Neckar

Obmann
der Wirtschaftswissenschaftlichen Abteilung:
† Prof. Dr. J. Fuchs

Referent: Prof. Dr. W. Rieger

Korreferent: Dozent Dr. E. Preiser

Tag der mündlichen Prüfung: 18. II. 1933

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Druck: Oberschwäbische Verlagsanstalt Ravensburg G. m. b. H.

Meinen Eltern!

Vorwort

Der Verleger als Unternehmer im Verlagsbuchhandel war schon wiederholt Gegenstand eingehender wirtschaftswissenschaftlicher Untersuchungen. Das Unternehmerproblem im Verlagsbuchhandel dürfte damit weitgehend geklärt sein. Dagegen liegt u. W. über die Unternehmung im Verlagsbuchhandel als solche in der Literatur noch keine umfassende Darstellung vor. Ein Versuch, einmal die Buchverlagsunternehmung nach ihrer Stellung in der Wirtschaft, nach ihrer Betätigung und ihren besonderen Unternehmungsproblemen darzustellen, erschien daher besonders reizvoll.

Wenn heute auch mehr die gesamtwirtschaftlichen Fragen im Mittelpunkt des Interesses stehen, so hat doch die Untersuchung der Probleme einer Einzelwirtschaft, wie der Unternehmung (hier in ihrer speziellen Verkörperung: der Buchverlagsunternehmung), ihre Bedeutung, zumindest indem sie die wirtschaftlichen Gegebenheiten gleichsam von unten her zu erhellen sucht. Verständnis für die wirtschaftlichen Bedingungen und Handlungen der einzelnen am Wirtschaftsprozeß Beteiligten wird bestimmt auch dazu führen, die Behandlung und Beurteilung gesamtwirtschaftlicher Fragen fruchtbarer zu gestalten. In diesem Sinne soll die vorliegende Arbeit ein Beitrag sein zur „Klarstellung des Tatbestandes" (Adolf Weber) auf dem Gebiete des Verlagsbuchhandels.

Da in wirtschaftswissenschaftlichen Untersuchungen Erscheinungen und Vorgänge des menschlichen Lebens nur unter dem wirtschaftlichen Aspekt, also nur insoweit betrachtet werden können, als deren Auswirkungen wirtschaftlich relevant sind, sind sie immer notgedrungen das, was man „einseitig" zu nennen pflegt. Diese Einseitigkeit der Betrachtung wird bei der Erörterung wirtschaftlicher Fragen aus dem Gebiete des Buchhandels, wo sich offenbar die Bereiche der Wirtschaft und der Kultur sehr eng berühren, besonders auffallen. Eine wirtschaftswissenschaftliche Abhandlung muß sich aber auf die Darstellung der rein wirt-

schaftlichen Tatsachen beschränken. So wird in den folgenden Ausführungen vom Buchverlag nur als von einer wirtschaftlichen Erscheinung die Rede sein, ohne daß jedoch damit das Bestehen von Beziehungen und Bindungen des Buchverlags zum kulturellen Leben geleugnet wird.

Die vorliegende Abhandlung wurde anfangs 1933 im wesentlichen abgeschlossen. Es wurden jedoch auch die Neuerungen auf dem Gebiete des Verlagswesens, die bis zur Drucklegung eintraten, und die in dieser Zeit erschienene Literatur noch soweit berücksichtigt, als es im Hinblick auf die gestellte Aufgabe notwendig erschien.

Die Anregung zum Thema dieser Arbeit erhielt ich im privatwirtschaftlichen Seminar von Herrn Prof. Dr. Wilhelm Rieger, Tübingen. Es ist mir ein aufrichtiges Bedürfnis, auch an dieser Stelle meinem hochverehrten Lehrer für die Förderung dieser Arbeit und für seine Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten den wärmsten Dank zum Ausdruck zu bringen. Ein Wort des Dankes sei auch an alle gerichtet, die mich mit Ihrem Rat bereitwilligst unterstützt haben.

Otto Bader.

Inhaltsverzeichnis

Seite

Literaturverzeichnis XIII
Zur Einführung 1

I. Teil:

Die Buchverlagsunternehmung in der Buchwirtschaft 5

1. Kapitel: Die Ware Buch 6
2. Kapitel: Der Büchermarkt 18
3. Kapitel: Der Begriff Verlag, Buchverlagsunternehmung, Verleger . 37
4. Kapitel: Die Betätigung der Buchverlagsunternehmung 40
   a) Die Stellung des Verlegers in der Buchproduktion 41
      1. Verleger und Autor 41
      2. Verleger und technische Hersteller 45
   b) Der Verlag und der vertreibende Buchhandel 49
      1. Die Stellung des Verlags zum vertreibenden Buchhandel. Die Zweige des vertreibenden Buchhandels 49
      2. Der Verkehr des Verlags mit dem vertreibenden Buchhandel, vor allem mit dem Sortimentsbuchhandel 55

II. Teil:

Der innere Aufbau der Buchverlagsunternehmung 69

1. Kapitel: Der Geldumwandlungsprozeß in der Buchverlagsunternehmung 71
   a) Die Umwandlung von Geld in die Ware Buch 72
   b) Die Umwandlung der Buchware zurück in Geld 82
2. Kapitel: Der finanzielle Aufbau der Buchverlagsunternehmung . 102
   a) Der Kapitalbedarf der Buchverlagsunternehmung 103
   b) Die Finanzierung der Buchverlagsunternehmung 108
3. Kapitel: Das Problem der Liquidität in der Buchverlagsunternehmung 115

Schluß 122

Literaturverzeichnis

Beck, Herbert: Der gemischte Betrieb im deutschen Verlagsbuchhandel. Stuttgart 1912.

Bücher, Karl: Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft. 3. Aufl. Leipzig 1904.

— Das Gesetz der Massenproduktion, in: Die Entstehung der Volkswirtschaft. 2. Sammlung. Tübingen 1920.

— Artikel: „Gewerbe", in: Handwörterbuch der Staatswissenschaften. 4. Aufl. 4. Band.

Bücking, Helmut: Verlag, Verlagsbuchhandel und Unternehmer. Jena 1931.

Bülow, Friedrich: Volkswirtschaftslehre. Leipzig 1931.

Cornides, Karl von: Der deutsche Bücherpreis. Stuttgart 1935.

Deman, Ferdinand: Die Ware Gold. Stuttgart 1932. (Diss. Tübingen 1931.)

Druckenmüller, Alfred: Die gegenwärtige Lage des deutschen Buchwesens, in: Zeitschrift für Handelswissenschaft und Handelspraxis, 1929, Heft 5.

Elster, A.: Artikel: „Verlag und Verlagsrecht", in: Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Aufl., 8. Band.

Eulenburg, Franz: Die Preisbildung in der modernen Wirtschaft, in: Grundriß der Sozialökonomik IV, 1. Tübingen 1925.

Feistle, Otto: Rauchwarenmarkt und Rauchwarenhandel. Stuttgart 1931. (Diss. Tübingen 1930.)

Feuchtwanger, Ludwig: Die Bezahlung des wissenschaftlichen Schriftstellers, in: Schriften des Vereins für Soziapolitik, Bd. 152. München 1922.

Findeisen, Fr.: Artikel: „Markenartikel", in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. Stuttgart 1927.

Fischer, Gustav: Grundzüge der Organisation des deutschen Buchhandels. Jena 1903.

Kliemann, Horst: Die Werbung fürs Buch. Stuttgart 1923.

Koehler, Woldemar: Das deutsche Buchgewerbe im Dienste der Wissenschaft. Heidelberg 1903.

— Theorie des Literaturwerts in den wichtigsten Grundzügen. Gera-Untermhaus 1908.

— Analyse des Bücherwerts, in: Kontradiktorische Verhandlungen über deutsche Kartelle, Bd. 2. Berlin 1904.

Koppel, August: Organisation, Lage und Zukunft des deutschen Buchhandels, in: Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung und Verwaltung. 31. Jahrg. 1907.

Langewiesche, Karl Robert: Aus fünfundzwanzig Jahren. Königstein i. T. 1930.

Liefmann, Robert: Die Unternehmungsformen. Stuttgart 1923.

Menz, Gerhard: Der deutsche Buchhandel. Gotha 1925.

— Deutsche Buchhändler. Leipzig 1925.

— Artikel: „Buchhandelsbetriebslehre", in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 2. Bd.

— Das Buch als Ware und Wirtschaftsfaktor, in: Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik. Leipzig 1930, Heft 9.

Meyer, F. H.: Die Organisation und der Geschäftsbetrieb des deutschen Buchhandels. Leipzig 1875.

Moufang, W.: Die gegenwärtige Lage des deutschen Buchwesens. München 1921.

Muß, Max: Die Struktur der modernen Wirtschaft. Berlin 1935.

Nadler, Josef: Buchhandel, Literatur und Nation in Geschichte und Gegenwart. Berlin 1932.

Olbrich, Wilhelm: Einführung in die Verlagskunde. Leipzig 1932.

Oldenbourg, Friedrich: Buch und Bildung. München 1925.

Paschke, Max, und Philipp Rath: Lehrbuch des deutschen Buchhandels, 1. Bd. Leipzig 1932.

Petermann, Th.: Der deutsche Buchhandel und seine Abnehmer. Dresden 1906.

Pfeiffer, Hermann: Der deutsche Buchhandel, seine Organisation und seine Einrichtungen. Dessau 1928.

Pustet, Fritz: Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Verlagsbuchhandel und Buchdruckgewerbe in der Gegenwart. Regensburg 1923. (Diss. München 1923.)

Rieger, Wilhelm: Einführung in die Privatwirtschaftslehre. Nürnberg 1928.

Scherer, Erich: Das Unternehmertum des deutschen Verlagsbuchhandels. Diss. Göttingen 1928.

Schlemminger, Johann: Die Preisbindung im deutschen Buchhandel. Stuttgart 1935.

Schupp, Roland: Untersuchungen über Wesen und Organisation eines Buchverlagsunternehmens. Maschinenschriftl. Diss. Frankfurt-Main 1925.

Schürmann, August: Organisation und Rechtsgewohnheiten des deutschen Buchhandels. 1. Teil: Die Entwicklung des deutschen Buchhandels zum Stande der Gegenwart. Halle 1880. 2. Teil: Die Usancen des deutschen Buchhandels und der ihm verwandten Geschäftszweige. Halle 1881.

— Der deutsche Buchhandel der Neuzeit und seine Krisis. Halle 1895.

Siebeck, Oskar: Die Aufgabe des wissenschaftlichen Verlags im Deutschland des 20. Jahrhunderts. Tübingen 1934.

Siebeck, Paul: Die Organisation des deutschen Buchhandels und seine Bücherpreise (als Manuskript gedruckt). Tübingen 1904.

Steinkopff, Dietrich: Organisationsfragen und Preisgestaltung auf dem deutschen Büchermarkt. Leipzig 1925.

Süddeutsche Monatshefte: Das deutsche Buch. 31. Jahrg. 1933, Heft 3.
Umlauff, Ernst: Beiträge zur Statistik des deutschen Buchhandels. Leipzig 1934.
Unwin, Stanley: Das wahre Gesicht des Verlagsbuchhandels (aus dem Englischen übersetzt von Fritz Schnabel). Stuttgart 1927.
Weber, Adolf: Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 2. Aufl. München 1929.
Weidling, K.: Das buchhändlerische Konditionsgeschäft. Berlin 1885.
Winterhoff, Edmund: Die Krisis im deutschen Buchhandel. Karlsruhe 1927.
Zickfeldt, Kurt: Die Umgestaltung des Buchmarktes durch Buchgemeinschaften und Fachvereinsverlage. Diss. Freiburg i. Br. 1927.
Zwiedeneck-Südenhorst, Otto von: Allgemeine Volkswirtschaftslehre. Berlin 1932.
Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Leipzig, Jahrg. 1928—1935.
Deutsche Verlegerzeitung, Leipzig 1920—1923.
Adreßbuch des Deutschen Buchhandels, 1933.
Buchhändlerische Verkehrsordnung vom 8. VI. 1935.
Verkaufsordnung für den Verkehr des Deutschen Buchhandels mit dem Publikum vom 23. X. 1935.
Reichsgesetz über das Verlagsrecht vom 19. VI. 1901.

Zur Einführung

Die vorliegende Arbeit ist eine privatwirtschaftswissenschaftliche Studie über den Buchverlag. Es soll der Versuch gemacht werden, unter dem Gesichtswinkel der Privatwirtschaftslehre die Betätigung einer Unternehmung darzustellen, die das Verlegen von Büchern betreibt, und die Probleme, die der Unternehmung gestellt sind, am Beispiel eines Buchverlags zu untersuchen.

Es ist daher geboten, daß wir uns zuerst einmal wenigstens in kurzen Ausführungen mit dem Wesen der Unternehmung bekannt machen. Die Unternehmung ist der wichtigste und vornehmste Typ der privaten Erwerbswirtschaften. Ihr Streben nach Erwerb, und zwar nach Gelderwerb, sucht sie zu verwirklichen, indem sie für Herstellung und Vertrieb von Gütern oder für Bereitstellung von Dienstleistungen Geldeinsätze wagt, um diese vermehrt um einen Gewinn wieder zurückzuerhalten. Sie geht damit ein unvermeidbares Risiko ein, da keine Instanz der Wirtschaft ihr die Gewähr dafür gibt, daß die ursprünglich aufgewendeten Mittel ihr wieder zufließen und daß sie ihr Ziel, einen Gewinn, erreicht. Im Gegenteil, sie muß alles, selbst ihren Bestand aufs Spiel setzen. Das unabwälzbare Risiko ist wesentliches Merkmal der Unternehmung. Es ist selbstverständlich nur geldlicher Natur; denn die Unternehmung wagt Geldeinsätze, um ein Mehr an Geld zu erlangen. Ihre Probleme sind daher auch geldliche, finanzielle Probleme, und sie ist deshalb auf Geldrechnung abgestellt, verrechnet ihre betrieblichen Vorgänge und Leistungen in einer Rechnung in Geld.

Zur Verwirklichung ihres Strebens greift die Unternehmung in das Gebiet der Güter und Dienstleistungen über, trifft sie technische, betriebliche Veranstaltungen. Aber die Summe aller dieser Veranstaltungen, der Gesamtbetrieb der Unternehmung, ist nur Mittel zum Zweck, ist dem einen Ziel der Unternehmung untergeordnet.

Es vollzieht sich also in der Unternehmung ein Geldumwandlungsprozeß, der sich so oft wiederholt, als die in die Unternehmung

zurückfließenden Gelder wieder von neuem eingesetzt werden. Die Probleme, die sich im Verlaufe dieses Prozesses stellen, sind durch die betrieblichen Veranstaltungen der einzelnen Unternehmung bedingt und treten daher, wenn sie auch grundsätzlich bei allen Unternehmungen gleich sind, im konkreten Fall jeweils modifiziert in Erscheinung.

In der vorliegenden Arbeit ist es nun unsere Aufgabe, die Unternehmung in der Verkörperung eines bestimmten Typs, der Buchverlagsunternehmung, zu betrachten.

Gegenstand dieser Untersuchung ist nur die reine Buchverlagsunternehmung, also eine solche ohne technische Herstellungsbetriebe, wie Druckerei, Buchbinderei u. a. und auch ohne eigene Vertriebsstellen in Form einer Sortimentsbuchhandlung, Versand- oder Reisebuchhandlung. Denn zur Durchführung eines Verlagsunternehmens bedarf es, wie wir noch sehen werden, nicht der Angliederung solcher Herstellungsbetriebe und von besonderen Vertriebsstellen. In Fällen, in denen ein Buchverlag mit Herstellungsbetrieben oder Vertriebsstellen kombiniert ist, pflegen auch innerhalb dieser Gesamtunternehmung diese Betriebe aus Gründen, die mit der Art ihrer Betätigung und mit ihrem Lebensrhythmus zusammenhängen, eine gewisse Selbständigkeit zu besitzen. Unter anderem zeigt sich dies darin, daß sie häufig eine besondere Leitung, die allerdings wieder der Führung der Gesamtunternehmung untergeordnet ist, besitzen und vielfach eine eigene Rechnung führen.

Aus der vorliegenden Betrachtung scheiden auch alle Verlage aus, die nicht Bücher, sondern andere „Gegenstände des Buchhandels“, wie Musikalien, Zeitschriften, Lehrmittel, Kunstblätter, Landkarten u. dgl. mehr verlegen.

Da wir hier nur die Buchverlagsunternehmung betrachten wollen, hat aus dieser Untersuchung weiterhin auch der nicht gewerbsmäßig betriebene Buchverlag auszuscheiden: so der Selbstverlag des Verfassers sowie der Kommissionsverlag, da hier das Risiko nicht der Verleger, sondern der Verfasser selbst oder andere die Veröffentlichung fördernde Stellen tragen, ebenso auch solche Verlage, die aus anderen als wirtschaftlichen Gründen: zur Förderung nur kultureller, weltanschaulicher oder politischer Zwecke Bücher verlegen.

Bei der folgenden Untersuchung ist es also unsere Aufgabe, die Merkmale der Unternehmung und die Probleme der Unternehmung am Beispiel der Buchverlagsunternehmung vom privatwirtschaftlichen Standpunkt aus aufzuzeigen. Wie bei jeder Unternehmung, sind es auch hier die Probleme des finanziellen Aufbaus und des Lebensprozesses der Unternehmung, die im Vordergrund des Interesses stehen. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Besonderheiten gerichtet werden müssen, die sich bei einer Unternehmung zeigen, die gerade über das Mittel der Ware Buch ihr Ziel zu erreichen sucht.

Im folgenden werden wir daher versuchen, in einem ersten Teil der Untersuchung die Stellung der Buchverlagsunternehmung in der Buchwirtschaft sowie die Art ihrer Betätigung aufzuzeigen. Da die Besonderheiten der Buchverlagsunternehmung letzten Endes im Charakter der Ware Buch begründet sind, werden wir uns zuerst mit der Ware Buch beschäftigen. Sodann wollen wir uns einen Einblick in die Verhältnisse am Markte der Ware Buch verschaffen. In einem weiteren Kapitel soll der Begriff Verlag geklärt werden. Danach wollen wir die Betätigung der Buchverlagsunternehmung untersuchen und die Beziehungen der Buchverlagsunternehmung als des produzierenden Gliedes des Buchhandels zu den übrigen, der Verbreitung der Buchproduktion dienenden Gliedern des Buchhandels schildern. In einem zweiten Teil soll dann auf die typisch privatwirtschaftlichen Probleme der Buchverlagsunternehmung eingegangen werden: auf den Geldumwandlungsprozeß, auf die Fragen des finanziellen Aufbaus: des Kapitalbedarfs und der Finanzierung sowie auf das Problem der Liquidität.

Da es unmöglich ist, die mannigfachen Besonderheiten der einzelnen konkreten Unternehmungen zu erfassen, müssen wir stark typisieren, können also nur die typischen Erscheinungen herausstellen.

Da die Betrachtung der Buchverlagsunternehmung hier vom rein privatwirtschaftlichen Standpunkt aus erfolgt, wird das betriebliche, technische Gebaren dabei nur insoweit herangezogen werden können, als es zum Verständnis der wirtschaftlichen Vorgänge zweckmäßig oder erforderlich ist. Daher haben auch Fragen, wie solche der technischen Ausgestaltung des Verlagsbetriebes, der Buchführung und Kalkulation, auszuscheiden.

Zum Schluß möge noch auf die Einstellung hingewiesen werden, mit der wir an die vorliegende Untersuchung herangingen. Sie ist die eines vorurteilslosen Betrachters[1]). Die Untersuchung hat daher rein deskriptiven Charakter. Die Probleme sollen nur aufgesucht und auf gedanklichem Wege erörtert werden. Dementsprechend wird davon Abstand genommen, Werturteile auszusprechen oder etwa Ratschläge zu erteilen. Wir wollen vielmehr veranschaulichen, was eine Buchverlagsunternehmung ist und was in ihr vorgeht.

[1]) Vgl. dazu Rieger, W.: Einführung in die Privatwirtschaftslehre. Nürnberg 1928, S. 72.

I. Teil

Die Buchverlagsunternehmung in der Buchwirtschaft

Die Unternehmung ist mit der übrigen Wirtschaft zwangsläufig verbunden. Die weitgehende Arbeitsteilung und Spezialisierung, die unserer heutigen Wirtschaft das Gepräge verleihen, haben zu einer gegenseitigen Abhängigkeit der Einzelwirtschaften geführt und damit zu einer Verbundenheit eigener Art. Das verbindende Organ ist der Markt, der die Gesamtheit der Wirtschaftssubjekte verkörpert. War die Einzelwirtschaft früher autark, indem sie vordem Güterbeschaffung oder -erzeugung und Verbrauch umfaßte, so hat sie sich nunmehr in eine Erzeugungs- und in eine Verbrauchswirtschaft gespalten. Die Verbrauchs- oder Haushaltwirtschaft wird von der Erzeugungswirtschaft alimentiert, diese aber produziert für den Markt und entnimmt ihrerseits dem Markte, was sie zum Leben braucht. Da weiterhin mit der Marktwirtschaft sich gleichzeitig auch die Geldwirtschaft entwickelte, richtete sich das Streben der Erzeugungswirtschaft nicht mehr so sehr auf die unmittelbare Bedarfsbefriedigung als vielmehr auf den Erwerb von Geld aus, das ja den Zugriff zu allen Gütern eröffnete. Die Erzeugungswirtschaft wurde zur Erwerbswirtschaft. Ihr Ziel kann sie jedoch nur erreichen, insoweit der Markt ihre Erzeugnisse und Dienste entgegennimmt und honoriert.

Aus diesem Zusammenhang ergibt sich auch die Stellung des besonderen Typs der Erwerbswirtschaft, der Unternehmung, in der Wirtschaft. Um ihr Streben nach Erwerb verwirklichen zu können, ist sie ebenso in ihrer ganzen Betätigung auf den Markt ausgerichtet, dessen Urteil sie ja auf Gedeih und Verderben unterworfen ist, und sucht seinen veränderlichen Wünschen so gut wie möglich entgegen-, ja zuvorzukommen. Bei diesem Verhältnis der Unter-

nehmung zum Markte muß sich notwendigerweise das Verhalten des Marktes zur Unternehmung im Ablauf ihres Lebensprozesses widerspiegeln.

Was für die Unternehmung im allgemeinen zutrifft, gilt auch für die Buchverlagsunternehmung. Auch sie ist über den Markt mit der Wirtschaft verbunden. Doch zeigen sich, wie bei jedem speziellen Typ der Unternehmung, in ihren Beziehungen zur Wirtschaft Besonderheiten, die sich aus dem Charakter ihrer Ware, aus den Verhältnissen am Markte dieser Ware, dem Büchermarkt, und aus der ganzen Art ihrer Betätigung ergeben.

Wenn wir also eine Anschauung von dem besonderen Charakter der Buchverlagsunternehmung und Einblick in den Ablauf ihres Lebensprozesses gewinnen wollen, ist es notwendig, sich zuvor ein Bild über ihre Eingliederung in die Wirtschaft bzw. über ihre Stellung in dem Wirtschaftszweig, der sich mit der Ware Buch befaßt, der Buchwirtschaft, zu machen. Dies soll im folgenden ersten Teil der Arbeit versucht werden, indem zunächst der Charakter der Ware Buch, die Verhältnisse auf dem Büchermarkt sowie die Art der Betätigung der Buchverlagsunternehmung, soweit es für den Zweck dieser Arbeit dienlich ist, untersucht werden.

1. Kapitel

Die Ware Buch

Der Warencharakter des Buches war schon des öfteren Gegenstand ausführlicher Darstellungen. Am eingehendsten wurde die Frage nach dem Warencharakter des Buches von Gerhard Menz untersucht[1]), der jedoch das Ergebnis dieser Untersuchung noch nicht für restlos befriedigend hält. Wenn nun hier die Erörterung der Frage des Warencharakters des Buches wieder aufgenommen

---

[1]) Vgl. Menz, Gerhard: Der deutsche Buchhandel. Gotha 1925, 1. Kapitel. Ders.: Deutsche Buchhändler. Leipzig 1925.
Ders.: Das Buch als Ware und Wirtschaftsfaktor, im Archiv für Buchgewerbe und Gebrauchsgraphik. Leipzig 1930, Heft 9.

wird, so nicht in erster Linie in der Absicht, diese Frage einer endgültigen Klärung näherzubringen, sondern nur um den Charakter dieser Ware zu beschreiben und deren wesentliche Eigenschaften kennen zu lernen und dadurch die Eigenart der Buchverlagsunternehmung, die sich mit dieser Ware befaßt, besser verstehen zu können.

Wenn also im folgenden das Buch als Ware betrachtet wird und die Merkmale hervorgehoben werden sollen, die es als Ware charakteriesieren, so wird es bewußt einseitig betrachtet: nur als Wirtschaftsobjekt. Damit wird aber die Bedeutung, die das Buch als „geistiges Erzeugnis", als Träger und Vermittler von Kulturgut, für das kulturelle Leben hat, weder übersehen noch geschmälert.

Soll über den Charakter der Buchware etwas ausgesagt werden, so ist zuerst die Frage zu beantworten, welche Merkmale das Buch überhaupt zu einer Ware machen.

Soweit in der Literatur von Ware gesprochen wird, werden darunter solche Güter verstanden, die regelmäßig Gegenstand des Verkehrs und zum Tausch bestimmt sind. Es wird auch von Produkten, die zum Absatz bestimmt sind, oder von Gegenständen des Handels gesprochen. Mit diesen Definitionen scheint uns jedoch das Wesentliche an der Ware noch nicht vollständig erfaßt zu sein. Es soll daher in Kürze versucht herden, den Begriff Ware zu umreißen.

Die Ware ist eine Erscheinung der Tauschwirtschaft. Sie entstand, als mit fortschreitender Ausbildung der Arbeitsteilung und Spezialiserung in der Wirtschaft das einzelne Wirtschaftssubjekt nicht mehr für den eigenen Bedarf produzierte, sondern um zu tauschen. In der Einstellung des Produzenten hat sich damit eine Wandlung vollzogen: Er erblickt in den Gütern, die er erzeugt, nicht mehr so sehr Güter als solche mit bestimmten Eigenschaften, als vielmehr Tauschgegenstände. Da sich der Tausch unter der herrschenden Wirtschaftsverfassung am Markte vollzieht, werden die Tauschgüter zum Absatz am Markte bestimmt, zu „Marktgütern"; da ferner am Markte der heutigen Wirtschaft ein Gut die Rolle des Tauschmittels übernommen hat, zu dem alle an den Markt kommenden Güter in Beziehung gesetzt und mit dessen Hilfe verrechnet werden, nämlich das Geld, erhalten alle Güter am Markte einen Preis, werden rechenhaft. Da nun also nicht mehr

Güter gegen Güter, sondern Güter gegen Geld getauscht werden und da für Geld umgekehrt alle anderen Tauschgüter zu erhalten sind, deren der einzelne bedarf, so richtet sich sein Streben in der Wirtschaft auf die Erlangung von Geld, auf den Gelderwerb. Als Mittel hiezu dienen ihm die Güter, die er an den Markt bringt, die Waren, die er am Markte absetzen will. Für die Charakterisierung der Ware ist damit ein weiteres Merkmal gewonnen: Sie ist für den einzelnen Wirtschafter ein Mittel zum Gelderwerb, ein Erwerbsmittel. Gerade für den Typ der Erwerbswirtschaft, die Unternehmung, die in einer speziellen Verkörperung Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist, bildet die Ware als deren Vertriebsobjekt das vorzüglichste Mittel zur Verwirklichung ihres Strebens nach Erwerb, ihres „Gewinnstrebens".

Als Ware können somit alle Güter angesprochen werden, die Gegenstände des Tauschverkehrs sind, d. h. in der heutigen Wirtschaft: die zum Absatz bestimmt an den Markt gebracht werden und als Mittel des Erwerbes dienen.

Die Wareneigenschaft ist aber nur eine zeitlich begrenzte Eigenschaft eines Gutes. Sobald es vom Markte verschwindet und in die Hand eines Konsumenten übergeht, hört es auf, Ware zu sein. Andererseits kann ein Gut auch wiederholt zur Ware werden, so oft es wieder an den Markt gebracht wird, ein Fall, der beim Buch nicht selten zu beobachten ist, wenn es als „antiquarisches" Buch wieder im Buchhandel erscheint.

Sofern wir nun das Buch als Gegenstand des Tausches auf dem Markte, als Vertriebsobjekt einer Unternehmung und als Mittel des Erwerbes antreffen, tritt es uns als Ware gegenüber. Wie jede andere Ware zeigt es jedoch noch spezifische Merkmale, die seine Eigenart ausmachen. Diese zu veranschaulichen, sollen die folgenden Ausführungen dienen.

Wie schon kurz erwähnt, ist das Buch ein „geistiges Erzeugnis", Vermittler und Träger von Ideen, des näheren: ein in Schriftform niedergelegtes geistiges Erzeugnis. Als solches gehört es in den Bereich des kulturellen Lebens und hat dort neben anderen Trägern und Vermittlern von kulturellen Werten, wie Kunstwerken, Film, Schallplatte, Rundfunk u. a. m., seine bestimmte Aufgabe zu erfüllen. Das Stoffliche am Buch, in dem sich das geistige Erzeugnis materialisiert hat, tritt hierbei völlig zurück.

Als Ware jedoch gewinnt das Buch gerade von der materiellen Seite her seine Besonderheiten. Aber auch seine Eigenschaft: geistiges Erzeugnis ist für die Buchware von ausschlaggebender Bedeutung, so daß man von einer Doppelnatur der Buchware sprechen und gerade darin, daß das Buch auch als Ware zugleich geistiges Erzeugnis ist, eine Besonderheit sehen kann. Daß diese Eigenschaft auch für die Ware Buch von Bedeutung ist, geht schon daraus hervor, daß der Buchhändler die Buchware nicht etwa nach Gewicht, Maß, nach Art und Qualität des Papiers u. dgl. verkauft, sondern als Träger und Vermittler eines geistigen Gehaltes. Auch der Gesetzgeber hat den geistigen Charakter der Buchware berücksichtigt, indem er für den Handel mit der Ware Buch im Urheberrecht und Verlagsrecht eine besondere rechtliche Regelung geschaffen hat.

Als materielles Gut gewinnt die Buchware ihre Eigenart vor allem aus ihren Herstellungsbedingungen. Das Buch, wie es uns heute vor Augen kommt, ist ein Druckerzeugnis. Das geistige Erzeugnis, das sich durch die Niederschrift seines Verfassers materialisiert hat, wird, um nach der Absicht seines Verfassers verbreitet und um als Gegenstand des Buchhandels dienen zu können, durch ein graphisches Verfahren, den Buchdruck, vervielfältigt. Das Ergebnis dieser mechanischen Vervielfältigung durch den Druck ist eine Menge gleicher Abdrucke; in der Regel erfolgen diese Abdrucke heute auf Papier. Die bedruckten Papierbogen werden nun gefalzt, durch eine Heftung zusammengefügt und schließlich noch mit einem Umschlag oder Einband versehen, bis das Buch im landläufigen Sinne fertiggestellt ist[1]). Das war nicht

---

[1]) Durch die „Vereinigung gedruckter Bogen zu einem geschlosenen Ganzen“ (Paschke-Rath: Lehrbuch des deutschen Buchhandels, Bd. I, S. 21) unterscheidet sich das Buch von der Zeitung.

Dieses Merkmal genügt aber nicht zur Unterscheidung von Buch und Zeitschrift. Auch der Umfang reicht als Unterscheidungsmerkmal nicht aus, da manche Zeitschrift in Form und Umfang eines Buches erscheint. Auch wenn man an die Erscheinungsweise von Buch und Zeitschrift denkt, lassen sich beide nicht scharf trennen. In der Regel erscheint das Buch als Ganzes in sich abgeschlossen, während die Zeitschrift periodisch in einzelnen Heften oder Nummern erscheint. Es ist aber häufig der Fall, daß einerseits ein Buch in einzelnen Lieferungen jeweils in bestimmten Zwischenräumen, andererseits eine Zeitschrift als Ganzes abgeschlossen, z. B. als Jahrbuch, an den Markt

immer so. Der Buchhandel in seiner Frühzeit brachte nur die rohen, ungefalzten Druckbogen in den Handel. Erst allmählich kam man dazu, das Buch schon fertig gebunden in Umlauf zu setzen. Denn „das Buch ist seinem Wesen nach bereits fertig, wenn es die Druckpresse verläßt“[1]). Und seine Eigenart als Ware ist in erster Linie in den Bedingungen dieser Vervielfältigung durch den Druck begründet.

Denn ein Druckerzeugnis kann rationellerweise nur in Serien, in „Auflagen“ hergestellt werden. Der Zwang zur Auflagenherstellung ergibt sich aus der Eigenart des Druckvorganges. Um ein geistiges Erzeugnis vervielfältigen zu können, ist es notwendig, das Manuskript des Verfassers in spiegelverkehrten Lettern gleichsam abzuschreiben, d. h. es in Lettern „abzusetzen“, den „Satz“, die Druckform herzustellen, von der dann die Abzüge gemacht werden. Die Kosten der Herstellung der Druckform müssen von der jeweiligen Anzahl der Abzüge getragen werden. Je mehr Abzüge nun genommen werden, desto geringer ist der Anteil an den Satzkosten, der auf das einzelne Exemplar entfällt. Würden aber nur wenige Abzüge hergestellt, so würden diese mit unerträglich hohen Kosten belastet und unverkäuflich bleiben. So lohnt sich der für die Anfertigung der Druckform erforderliche Aufwand überhaupt erst, wenn eine größere Anzahl von Abzügen genommen wird, und zwar in einem Herstellungsgang. Denn die Druckform, die aus beweglichen Lettern zusammengesetzt ist, soll möglichst bald wieder auseinandergenommen und die Lettern für einen neuen „Satz“ wieder verwendet werden. Ein längeres „Stehenlassen“ des

kommt. Die Grenzen zwischen Buch und Zeitschrift gehen also vielfach ineinander über.

Anders jedoch, wenn man nicht auf diese mehr äußeren und technischen Merkmale abhebt, sondern wenn man das Buch betrachtet als einmaliges in sich geschlossenes geistiges Erzeugnis, das wohl äußerlich gesehen in einzelnen Teillieferungen oder aber als Ganzes wiederholt in aufeinanderfolgenden Auflagen herausgegeben werden kann, und wenn man die Zeitschrift als fortlaufendes, sich dauernd erneuerndes, an und für sich nie abgeschlossenes geistiges Unternehmen ansieht, das, konkret gesehen, wohl (z. B. jahrgangweise) abgeschlossen werden kann.

Die Unterscheidung von Buch und Zeitschrift ist in diesem Zusammenhang von geringer Bedeutung, da die technische Herstellung beider im großen ganzen dieselbe ist.

[1]) Menz, G.: Der deutsche Buchhandel, S. 13.

Satzes, um etwa von Zeit zu Zeit, je nach dem eintretenden Bedarf, Abdrucke herzustellen, würde für den Buchdrucker ein Brachliegen seines Letternmaterials bedeuten und — abgesehen davon, daß die Druckform auch nicht in der Buchdruckpresse bleiben könnte, weil diese ja sonst immer wieder für eine bestimmte Zeit stillgelegt würde, sondern mit weiterem beträchtlichen Aufwand aus der Presse genommen und bei neuer Verwendung wieder „zugerichtet" und in die Maschine eingebaut werden müßte — seinem Streben nach möglichster Ausnutzung des Letternmaterials und der Maschinen, zu der er im Interesse der Rentabilität des darin investierten Kapitals gezwungen ist, zuwiderlaufen. Auch wo der Satz, sofern die Möglichkeit dazu besteht, eine Zeitlang aufbewahrt oder „gematert" und „stereotypiert" wird[1]), um im Falle eines Neudruckes nicht von neuem hergestellt werden zu müssen, entstehen doch stets weitere Kosten, und der Zwang zur Auflagenherstellung entfällt auch in diesem Falle nicht, sondern wird höchstens gemildert, da immer zuerst einmal eine Druckform hergestellt werden muß und auch bei wiederholter Verwendung des ersten Satzes bzw. der nach ihm hergestellten Platten die Ingangsetzung der Buchdruckpresse nur einiger weniger Abdrucke wegen nicht lohnend wäre. So kann die Vervielfältigung durch den Druck stets nur in Auflagen erfolgen.

Zu einer bestimmten Auflagenhöhe besteht jedoch ein Zwang von der drucktechnischen Seite her nicht. Die Höhe der Auflage wird vom Verleger bestimmt, wobei Erwägungen kalkulatorischer Art sowie solche über die Absatzmöglichkeiten eine ausschlaggebende Rolle spielen. Darauf wird in anderem Zusammenhang noch zurückzukommen sein.

Beim Fertigstellen des Buches, bei den Buchbinderarbeiten, spielt das Auflagenproblem keine entscheidende Rolle mehr. Wohl ergeben sich, namentlich soweit auch bei den Buchbinderarbeiten Maschinen verwendet werden, Vorteile und Erleichterungen, wenn auf einmal ein größerer Bindeauftrag erteilt wird. Doch kann hier anders als beim Druck die Fertigstellung eher laufend dem Absatz angepaßt werden.

[1]) Vom Satz werden Matern hergestellt, d. h. der Satz wird in Tafeln aus einer Papiermasse abgeformt. Diese Matern werden mit Metall ausgegossen und liefern Stereotypplatten, die zum Druck verwendet werden.

Birgt die Herstellung der Buchware immer gleich in Auflagen für den Verleger schon ein beträchtliches Risiko in sich, so würde es ins Unerträgliche gesteigert, wenn jeder, der die dazu notwendigen Mittel aufzuwenden bereit ist, jedes Buch, das ihm einen guten Absatz verspricht, ohne weiteres nachdrucken könnte. Die Frage des Nachdrucks spielte daher in der ersten Zeit nach Erfindung der Buchdruckerkunst eine bedeutende Rolle. Man versuchte mit mehr oder weniger großem Erfolg den unbefugten Nachdruck zu bekämpfen, bis es durch die moderne Urheberrechtsgesetzgebung gelang, dieses Problem zu lösen.

Nach der heute geltenden urheberrechtlichen Regelung ist dem Verfasser allein die Verfügungsgewalt über sein „geistiges Eigentum" und damit auch das Recht zur Vervielfältigung einer von ihm verfaßten Schrift vorbehalten. Gegen jede unberechtigte Vervielfältigung und Verbreitung seiner geistigen Erzeugnisse ist er geschützt. Diese Schutzfrist erlischt nach dem in Deutschland geltenden Recht erst 50 Jahre[1]) nach seinem Tode. Von da an ist jedes Buch „frei" und darf ohne weiteres nachgedruckt werden.

Überträgt nun der Verfasser durch einen Verlagsvertrag das Recht der Vervielfältigung eines geistigen Erzeugnisses dem Verleger — die sich daraus ergebenden Rechtsbeziehungen zwischen Verfasser und Verleger sind durch die Verlagsrechtsgesetzgebung geregelt[2]) —, so kommt auch dieser mit dem Erwerb des Rechtes der Vervielfältigung in den Genuß des urheberrechtlichen Schutzes gegen den Nachdruck. Der Verleger wird damit während der Dauer der urheberrechtlichen Schutzfrist zum alleinigen Produzenten der durch die Vervielfältigung des Geisteserzeugnisses entstehenden Ware Buch.

Diese besondere rechtliche Regelung durch Urheber- und Verlagsrecht, die darin begründet ist, daß die Buchware zugleich ein geistiges Erzeugnis ist, läßt die Eigenart der Buchware wiederum deutlich werden, wenn sie auch nicht die einzige Ware ist, die einen besonderen rechtlichen Schutz genießt.

Die besondere rechtliche Stellung der Buchware und ihres Produzenten läßt es erklärlich finden, daß der Preis der Buchware

[1]) Gesetz zur Verlängerung der Schutzfristen im Urheberrecht vom 13. XII. 1934. Vorher betrug die Schutzfrist 30 Jahre.

[2]) Vgl. Reichsgesetz über das Verlagsrecht vom 19. VI. 1901.

autonom vom Verleger festgesetzt wird, und zwar nicht nur für den Zwischenhändler, sondern auch für den letzten Abnehmer. Dieser vom Verleger festgesetzte Ladenpreis wird so lange beibehalten und durch die Organe des Buchhandels geschützt, als ihn der Verleger selbst aufrechterhält. Der feste Ladenpreis, der seine Parallele in dem Preis der Markenartikel findet, wurde eine Zeitlang stark bekämpft. Wie seine Aufrechterhaltung begründet wird, braucht uns in diesem Zusammenhang nicht zu beschäftigen. Da alle Exemplare der gleichen Auflage eines Buches vollkommen gleichwertig sind, scheint auch ein überall gleich hoher Preis gerechtfertigt. Für den deutschen Buchhandel ist jedenfalls der feste Ladenpreis die Grundbedingung für die Aufrechterhaltung der einzigartig ausgebauten Vertriebsorganisation.

Weil die Buchware nur in Mengen, in Auflagen, hergestellt werden kann, wird sie häufig als Massenware bezeichnet. Wohl ist die Herstellung in Auflagen für die Ware Buch charakteristisch, die Bezeichnung Massenware hingegen erscheint für die Charakterisierung der Buchware bedeutungslos. Zudem trifft diese Bezeichnung für die Buchware allgemein nicht zu. Es gibt wohl manche Bücher, die in Zehntausenden, sogar Hunderttausenden von Exemplaren hergestellt werden und daher als Massenartikel angesprochen werden können; dagegen wird beispielsweise bei einer wissenschaftlichen Monographie, die nur in wenigen Hunderten von Exemplaren gedruckt wird, wohl niemand von Massenware sprechen wollen. Häufig wird jedoch, wenn man von Massenware spricht, nicht nur an eine Herstellung in Massen gedacht, sondern auch an eine Verteilung, an Absatz in großen Mengen im Einzelfalle. Aber auch dann kann die Ware Buch im allgemeinen nicht als Massenware bezeichnet werden. Denn hinsichtlich der Verteilung der Buchware fehlen „alle Kennzeichnen eines Handels mit Massenware", da schon zwischen dem Verleger als Produzenten und dem Sortimenter als Zwischenhändler „in weitem Umfang ausgesprochener Detailhandel vorliegt"[1]) und die Einzelumsätze in den weitaus meisten Fällen relativ sehr geringe Werte repräsentieren[2]).

---

[1]) Menz, G.: Der deutsche Buchhandel, S. 7.

[2]) Vgl. Menz, G.: Das Buch als Ware... S. 450.

Auch die Bezeichnung Monopolware, die man der Buchware im Hinblick auf den urheberrechtlichen Schutz gibt, trifft für die Ware Buch allgemein nicht zu. Wiederum kann zugegeben werden, daß das eine oder andere Buch mit Recht als Monopolware bezeichnet wird. Die „Monopolstellung" seines Verlegers auf dem Büchermarkt braucht aber keineswegs ausschließlich auf dem Urheberrechtsschutz zu beruhen; sie kann auch bei einem urheberrechtlich nicht mehr geschützten Buch bestehen aus Gründen, die z. B. auf technischem Gebiet liegen, wie eigenartige oder kostspielige Ausstatttung, einzigartige Bildreproduktion u. ä. Soweit nur an den Urheberrechtsschutz gedacht wird, wäre überhaupt nur ein Teil der Buchware Monopolware. Denn ein großer Teil der am Markt erscheinenden Bücher ist nicht mehr urheberrechtlich geschützt. Zudem gewährt auch der urheberrechtliche Schutz kein unbedingtes Monopol. Es wäre mindestens zeitlich beschränkt, da die Schutzfrist, wie bekannt, zu einem bestimmten Zeitpunkt abläuft. Wichtiger ist aber, daß selbst während der Dauer der Schutzfrist die „Monopolstellung" eines Buches infolge der Konkurrenz von Büchern ähnlichen Inhalts praktisch in den meisten Fällen bedeutungslos ist. Denn „jeder Wechsel der Mode und des Geschmacks, jede bessere wissenschaftliche Leistung, jede neue Entdeckung"[1]), kurz die verschiedensten Strömungen und Ereignisse im geistigen und kulturellen Leben können seine Vorzugsstellung mit einem Male aufheben. So wird, sofern das einzelne Buch überhaupt eine gewisse Monopolstellung innehat, meist nur von einem „relativen Monopol", wie es Steinkopff bezeichnet[2]), gesprochen werden können. Als allgemeines Merkmal der Ware Buch kann jedenfalls die Bezeichnung Monopolware nicht betrachtet werden.

Herstellung in größeren Mengen, bei der alle Exemplare einer Auflage qualitativ vollkommen gleich ausfallen, Festsetzung eines überall gleichen Verkaufspreises und Ausstattung mit einem „Markenzeichen" — der Name des Verfassers und des Verlegers evtl. das Verlagszeichen können als Marke angesehen werden — legen es nahe, die Buchware als Markenartikel zu betrachten. Ob das Buch allgemein aber ein Markentartikel ist, wird bezweifelt.

---

[1]) Menz, G.: Der deutsche Buchhandel, S. 8.

[2]) Steinkopff, D.: Organisation und Preisgestaltung ... S. 4.

Menz sieht das Entscheidende nicht in den oben angeführten Merkmalen, sondern in „der Kontinuität und Regeneration des Bedarfs, wie demgemäß auch der Produktion“[1]). Und in dieser Hinsicht seien das Buch und echte Markenartikel durchaus verschieden gestellt. U. E. ist das letztgenannte Merkmal nicht wesentlich; es scheint eher die Folge der Markenartikeleigenschaft einer Ware zu sein. Zu den oben erwähnten Merkmalen muß vielmehr noch das Folgende hinzukommen, wenn eine Ware als echter Markenartikel gelten soll: Der Konsument muß mit der Marke eo ipso die Vorstellung bestimmter Qualität des Artikels verbinden, und die Marke muß allgemein am Markte bekannt sein. Unter diesem Gesichtspunkt betrachtet, kann jedenfalls nicht die Buchware allgemein, sondern höchstens das eine oder andere Buch als Markenartikel gelten. Es ist dabei noch die Frage, ob der Name des Autors oder die Firma des Verlegers, die zudem auf Grund preßgesetzlicher Vorschriften angebracht werden, als ein die Qualität verbürgendes Zeichen angesehen werden sollen[2]).

Wir haben nun die Buchware kennen gelernt als eine Ware, die durch Vervielfältigung eines geistigen Erzeugnisses mittels eines Druckverfahrens entsteht und aus technischen und wirtschaftlichen Gründen stets in größeren Mengen, in Auflagen hergestellt wird, ohne deshalb in jedem Falle am Markte als „Massenprodukt“ aufzutreten. Weiter wurde festgestellt, daß die Buchware, wenigstens der überwiegende Teil, bis zu einem bestimmten Grade unter besonderes Recht gestellt ist und daher am Markte eine monopolähnliche Sonderstellung innehat, trotzdem aber nicht allgemein als Monopolware bezeichnet werden kann. Ebensowenig trifft die Bezeichnung Markenartikel, wie nachgewiesen wurde, auf die Ware Buch allgemein zu.

Das Bild von der Eigenart der Buchware, das bisher gezeichnet wurde, wird noch verdeutlicht durch den Hinweis auf eine Besonderheit, die zwar weniger die Buchware als vielmehr das Buch an

---

[1]) Menz, G.: Das Buch als Ware... S. 452.

[2]) Die Frage der Markenartikeleigenschaft der Buchware hat neuestens J. Schlemminger (Die Preisbindung im deutschen Buchhandel. Stuttgart 1935, S. 25 ff.) untersucht, ohne jedoch ein eindeutiges Ergebnis festzustellen. Es ist mir leider nicht mehr möglich, hier näher auf diese Frage einzugehen.

sich betrifft, aber doch auch für seine Charakterisierung als Ware bedeutungsvoll ist. Diese Besonderheit beruht in der Art des „Konsums" der Buchware. Da ist zunächst zu sagen, daß der Konsum des Buches an bestimmte Voraussetzungen gebunden ist: an die Kenntnis des Lesens und an das Verstehenkönnen des Inhalts des Buches. Beim Konsumakt selbst wird das Buch nun nicht verbraucht, sondern nur gebraucht; und selbst nach wiederholtem Gebrauch ist es noch voll „gebrauchsfähig". Denn „konsumiert", wenn wir unter diesem Wort hier den psychologischen Vorgang des Lesens verstehen wollen, wird ja der geistige Gehalt, der, solange sein materieller Träger, das Buchäußere, existiert, unverändert bestehen bleibt. Das Buch ist somit bis zu einem gewissen Grade ein „Dauergut". Diese Eigenschaft hat die Folge, daß ein einziges Exemplar eines Buches zur Befriedigung des Bedarfs seines Käufers genügt, daß er also für die Regel ein Buch nur einmal kauft. Ja, indem der Käufer eines Buches dieses an andere Interessenten zum Lesen weitergibt, vermag ein und dasselbe Buch den Bedarf weiterer Interessenten zu befriedigen, ohne daß diese gezwungen sind, es zu kaufen. Unter Umständen überdauert ein Buch das Leben seines Käufers und dient noch den Nachkommen. Diese weitgehende und langdauernde Nutzungsmöglichkeit der Buchware, ohne daß sie an Gebrauchsfähigkeit einbüßt, ist ein weiteres Merkmal dieser Ware.

Auf dieser Eigenschaft der Buchware beruht die Existenz der Leihbibliotheken, die neben dem Buchhandel den literarischen Bedarf befriedigen. Soweit sie das Ausleihen der Bücher gewerbsmäßig betreiben, nützen sie eine weitere Art der Erwerbsmöglichkeit aus, die in dieser Eigenschaft der Buchware begründet liegt. Diese Eigenschaft bewirkt weiterhin, daß ein Buch, das seinen Warencharakter durch Übergang in den Besitz eines Konsumenten verloren hatte, wiederum zur Ware werden kann — worauf schon oben hingewiesen wurde —, indem es als antiquarisches Buch wieder an den Markt gebracht wird.

Wenn hier das Buch ein „Dauergut" genannt wurde und damit die Frage der „Lebensdauer' des Buches berührt wurde, so bedarf diese noch einer kurzen Erörterung. Lebensdauer ist beim Buch in doppeltem Sinne zu verstehen, da es ja zugleich Ware und geistiges Erzeugnis ist. Als geistiges Erzeugnis „lebt" es, solange

die in ihm niedergelegten Ideen innerhalb des geistigen Lebens zu wirken vermögen, Beachtung finden. Wie verschieden diese Wirkungsmöglichkeit bei jedem Buche ist, wie oft ein Buch lange Zeit, wie oft es nur überraschend kurz im Strome des geistigen Lebens zu schwimmen vermag, sei hier nur angedeutet. Manches Buch ist auch nach langen Jahren wieder aus einem „Dornröschenschlafe" erwacht und vermochte eine Zeitlang sich neu am Leben zu erhalten. Die Buchhandels- und Geistesgeschichte weiß von den eigenartigsten Bücherschicksalen zu berichten. Daß vom Lebensschicksal des Buches als geistigem Erzeugnis auch sein wirtschaftliches Geschick und seine Lebensdauer als Ware bestimmt wird, ist ohne weiteres einzusehen. So wird das Schicksal der Buchware wie kaum einer anderen Ware vor allem von außerwirtschaftlichen irrationalen Momenten beeinflußt. Dies verleiht der Buchware und dem Buchhandel einen durchaus aleatorischen Charakter.

Betrachten wir die Bücher in ihrer Gesamtheit, die Warengattung Buch, so fällt die Vielheit und Vielgestaltigkeit der einzelnen Artikel dieser Warengattung ins Auge. Als Gegenstand des kulturellen Bedarfs erscheint das Buch entsprechend der Vielfalt des Geisteslebens und der in ungeheurer Differenzierung auftretenden geistigen Bedürfnisse in außerordentlicher Mannigfaltigkeit am Büchermarkt. Die Buchwarengattung zerfällt so in eine Unmenge von Sorten der verschiedensten Bedarfsrichtung. Dabei trägt jede einzelne Bucherscheinung wieder „ein höchst persönliches, individuelles Gepräge"[1]). Die Differenzierung geht noch weiter, wenn die einzelnen Bücher nicht nur nach ihrem unterschiedlichen Inhalt, sondern auch noch nach ihrer äußeren Form betrachtet werden: denn selbst das gleiche Buch eines Autors kann in verschiedener äußerer Form an den Markt gebracht werden. In dieser ungeheuren Vielgestaltigkeit umfaßt die Buchware Erzeugnisse, die kaum noch etwas miteinander gemeinsam haben, als daß sie eben Bücher sind[2]).

Für den Vertrieb und die Vertriebsorganisation der Buchware

---

[1]) Bücher, Karl: Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft, S. 7.

[2]) Vgl. Koppel, August: Organisationslage und Zukunft des deutschen Buchhandels, in Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung und Verwaltung, 31. Jahrg. 1907, S. 304.

ergeben sich aus dieser Vielheit und Differenziertheit der einzelnen Bucherscheinungen notwendigerweise besondere Aufgaben.

Als charakteristisch für die Ware Buch soll am Schluß dieses Kapitels noch einmal hervorgehoben werden: Das Buch ist auch als Ware ein „geistiges Erzeugnis", und sein Schicksal als Ware wird von dieser Tatsache ausschlaggebend bestimmt. Als Druckerzeugnis steht es von der Produktionsseite her in eigentümlichen Bindungen mit der Wirtschaft. Das Buch ist eine Ware, solange es Unternehmungen gibt, denen es als Vertriebsobjekt und Erwerbsmittel dient. Es ist aber keine Ware wie jede andere. „Der Sinn, der ihr innewohnt, und der Gebrauch, der von ihr gemacht wird, unterscheiden sie grundsätzlich von jedem anderen Wirtschaftsgut[1])." Diese Eigenart der Buchware wird auch notwendigerweise jeder Unternehmung, die mit ihr zu tun hat, charakteristische Züge verleihen.

2. Kapitel

Der Büchermarkt

Das Betätigungsfeld und der Lebensraum jeder Unternehmung ist der Markt. Auf die eigenartige Verbundenheit von Unternehmung und Markt und die Auswirkung des Verhaltens des Marktes auf das Leben der Unternehmung wurde schon hingewiesen.

Um nun die Eigenart der Buchverlagsunternehmung, die Art ihrer Betätigung und die Besonderheiten im Ablauf ihres Lebensprozesses kennen zu lernen, wird es nötig sein, auch den Markt der Ware Buch zu untersuchen, nämlich die besonderen wirtschaftlichen Gegebenheiten und Bedingungen des Büchermarktes aufzuspüren und darzustellen.

Es kann jedoch bei der Untersuchung des Büchermarktes im Rahmen dieser Abhandlung nicht darauf ankommen, alle Fragen

[1]) Nadler, Josef: Buchhandel, Literatur und Nation in Geschichte und Gegenwart. Berlin 1932, S. 32.

zu erörtern, die sich bei einer Marktuntersuchung stellen lassen[1]). Dies würde zu weit vom Thema dieser Abhandlung ablenken. Das Hauptgewicht wird vielmehr darauf gelegt, in großen Zügen ein Bild des Büchermarktes zu entwerfen, um den Lebensraum der Buchverlagsunternehmung darzustellen. Dabei soll der Blick möglichst umfassend sein, der Büchermarkt also gleichsam von oben, nicht etwa nur vom Standpunkt der im Markte stehenden Buchverlagsunternehmung aus, betrachtet werden.

Bei der ungeheuren Differenzierung und Mannigfaltigkeit der Warengattung Buch und dem individuellen Charakter und Schicksal jedes einzelnen am Büchermarkte erscheinenden Buches — im vorhergehenden Kapitel wurde einiges darüber ausgeführt — sind die Verhältnisse am Büchermarkt aber so vielgestaltig und unübersichtlich, daß es kaum möglich ist, exakte, allgemeingültige Feststellungen zu treffen. Der Büchermarkt zerfällt in eine große Zahl von Einzelgebieten durchaus verschiedenen Charakters und reagiert dementsprechend auf wirtschaftlich relevante Erscheinungen nicht einheitlich. Es kann daher nur versucht werden, durch die Darstellung einzelner typischer Gegegebenheiten und Vorgänge, die Eigenheiten des Büchermarktes aufzuzeigen, ohne Anspruch auf Erfassung eines vollständig in sich abgerundeten Bildes zu erheben. Zudem ist es unmöglich, den Einfluß der außerwirtschaftlichen Faktoren, die auf dem Markte einer Ware, wie der Ware Buch, notwendigerweise eine bedeutsame Rolle spielen, eindeutig, gleichsam größenmäßig zu erfassen.

Im folgenden sollen nun Nachfrage und Angebot am Büchermarkt, zunächst je für sich, analysiert, ihre Bestimmungsgründe untersucht und die Motive ihrer Dynamik aufgezeigt und danach beide wenigstens kurz in ihrem Zusammenwirken, in ihren marktfunktionellen Zusammenhängen betrachtet werden.

Angebot und Nachfrage am Markte als wohl unterscheidbare Kräfte sind insofern nicht zu trennen, als sie nur beide zusammen den Preis bestimmen und als sie einander bedingen.

---

[1]) Es sei an dieser Stelle auf die Abhandlung „Der deutsche Bücherpreis" von Karl von Cornides (Stuttgart 1935) verwiesen, der insbesondere die Preisbildung am Büchermarkt untersucht. Da mir diese Abhandlung erst während der Drucklegung der vorliegenden Arbeit bekannt wurde, konnte hier nicht mehr auf sie eingegangen werden.

Trotzdem vermag auch eine getrennte Betrachtung von Angebot und Nachfrage, bei der jeweils nur die auf seiten des Angebots bzw. der Nachfrage allein wirksamen Kräfte erfaßt werden, wertvolle Einsichten zu vermitteln.

*

Wir wenden uns nun zuerst der Untersuchung der Nachfrageseite des Büchermarktes zu.

Auf der Nachfrageseite fällt die letzte Entscheidung über jede Ware; als Ausdruck der Kaufwünsche der Konsumenten bildet die Nachfrage somit die oberste Instanz für die Produktion. Diese sucht daher, so gut sie es vermag, den Wünschen der Konsumenten Befriedigung zu verschaffen, um dadurch zugleich ihr eigenes Ziel: Rentabilität zu erreichen. Selbst dann, wenn das Angebot der Nachfrage zuvorzukommen scheint, die Nachfrage erst zu wecken scheint, liegt die letzte Entscheidung doch beim Konsumenten.

Wie bildet sich nun die Nachfrage? Welches sind ihre Bestimmungsgründe? Jedenfalls spielt einmal die Kaufbereitschaft der Konsumenten eine Rolle[1]). Diese wiederum wird bestimmt durch die Bedürfnisse der Konsumenten sowie alle die irrationalen Motive, die den Konsumenten dazu bewegen, ein begehrtes Gut zu kaufen, kurz „das, was seine subjektive Kaufwilligkeit ausmacht“[2]); also durch Faktoren, die im Vorfelde der Wirtschaft wirken und die sich im Gesamten gesehen in der Größe Bedarf äußern. Verbindet sich mit der Kaufbereitschaft die Kauffähigkeit der Konsumenten, also die Verfügungsmacht über die zum Kaufe notwendigen Mittel, dann erst liegt eine effektive Nachfrage am Markte vor. Die Kauffähigkeit ihrerseits wird auf der einen Seite von der Höhe der Einkommen, auf der anderen von den Preisen der Güter begrenzt. Sie ist also die für den Bereich der Wirtschaft letzten Endes entscheidende Größe auf seiten der Nachfrage.

Die Kauffähigkeit, die also die Kaufbereitschaft der Konsumenten erst zur wirksamen Nachfrage am Markte umgestaltet, beein-

---

[1]) Vgl. Eulenburg, F.: G. d. S. IV, I, S. 293.
[2]) A. a. O. S. 293.

flußt aber auch wieder die Kaufbereitschaft, insofern sie bei den Erwägungen des Konsumenten vor dem Kaufe eine Rolle mitspielt.

Beide Größen weisen aus den verschiedensten Gründen dauernd Schwankungen auf, die sich am Markte in den Bewegungen der Nachfrage äußern.

Wollen wir nun hier Einblick in die Entwicklung und das Verhalten der Nachfrage am Büchermarkt gewinnen, so wird es unsere Aufgabe sein, die Frage der Kaufbereitschaft und der Kauffähigkeit der Buchkonsumenten zu erörtern.

Am Markte tritt zwar, wie eben ausgeführt wurde, nur die kaufkräftige Nachfrage in Erscheinung; es scheint daher überflüssig zu sein, nach der Kaufbereitschaft der Konsumenten, nach den Motiven des Bedarfs zu fragen. Doch für das Verständnis der Entwicklung und des Verhaltens der Nachfrage ist auch ein Eingehen auf diese sich im Vorfelde der Wirtschaft vollziehenden Dinge notwendig. Denn das Schicksal einer Ware im Markte ist in hohem Maße von der Einstellung der Konsumenten abhängig, die außer von wirtschaftlichen vor allem von psychologischen und soziologischen Momenten geformt wird. Tritt der Einfluß dieser irrationalen Momente bei Gütern des sog. gehobenen Bedarfs allgemein schon stark in Erscheinung, so in besonderem Maße bei Gütern des kulturellen Bedarfs, zu denen auch die Bücher gehören. Da das Buch auch als Ware Träger und Vermittler von Geistesgut ist, vom Konsumenten jedenfalls in erster Linie dieser Eigenschaft wegen begehrt wird, läßt sich kaum bezweifeln, daß für die Nachfrage nach dem Buch die irrational bestimmte Einstellung der Konsumenten von ausschlaggebender Bedeutung sein muß. Daher soll versucht werden, im folgenden zunächst über die Kaufbereitschaft der Buchkonsumenten, über die Entwicklung und Gestaltung des Buchbedarfs einiges in Erfahrung zu bringen. Eine vollständige und exakte Erfassung dieser Dinge kann der Natur der Sache nach nicht erreicht werden.

Es wurde schon erwähnt, daß der Buchkonsument das Buch nicht seiner materiellen Eigenschaft wegen begehrt, sondern seines Inhalts, seines geistigen Gehaltes wegen, selbst dann, wenn er als Bibliophiler beispielsweise eine Reihe verschiedener Ausgaben von Goethes „Faust“ sammelt, die doch hinsichtlich ihres Inhalts bestimmt keinerlei Unterschiede aufweisen: denn auch dann kommt

es ihm nicht so sehr auf den materiellen Wert dieser verschiedenen Ausgaben an, sondern auf das Immaterielle, Künstlerische, das in der äußeren Gestalt und Ausstattung verkörpert ist.

Ist also das Geistige am Buch das in erster Linie Begehrenswerte für den Konsumenten, so ist damit auch zugleich ausgedrückt, daß ein Bedarf an Büchern irgendwelche geistigen Interessen und Bedürfnisse beim Konsumenten voraussetzt. Und diese sind wiederum von seinem Bildungsstand und den Ansprüchen, die das allgemeine kulturelle Leben an ihn stellt, abhängig. So läßt sich behaupten, daß, in der Gesamtheit gesehen, der Buchbedarf eines Volkes durch den Stand seiner allgemeinen Bildung und die Höhe seines kulturellen Lebens überhaupt bestimmt wird. Da dieses sich aber nur entwickeln und entfalten kann, wenn seine materielle Existenz gesichert ist, wenn zuvor die Versorgung mit den lebensnotwendigen Gütern gewährleistet ist, so ist auch für die Entwicklung eines Bedarfs an Büchern als einer speziellen Art der Äußerung kulturellen Lebens Voraussetzung, daß dem Buchkonsumenten nach hinreichender Versorgung mit den lebensnotwendigen Dingen noch Mittel zur Befriedigung kulturellen Bedarfs zur Verfügung stehen. Neben diesen beiden elementaren Voraussetzungen jeglichen Bedarfs an Büchern spielt auch die Technik der Bucherzeugung eine Rolle — an und für sich ein auf der Angebotseite liegendes Moment, das aber in diesem Zusammenhang genannt werden muß, insofern nämlich, als die Entwicklung des Bedarfs an einem bestimmten Gute in hohem Maße vom Stand der Erzeugungstechnik dieses Gutes abhängig ist. Vor Erfindung der Buchdruckerkunst mußten bekanntlich alle Bücher mühselig durch Abschreiben vervielfältigt werden. Unter diesen Umständen konnte sich ein größerer Bedarf an Büchern überhaupt nicht entwickeln. Dies war erst möglich, als mit der Erfindung des Buchdrucks die Technik der Bucherzeugung auf einen Stand gebracht war, der jeglichem Bedarf gerecht werden konnte, und diese Tatsache selbst einen Anreiz zur Ausweitung des Buchbedarfs gab.

Auf einen historischen Rückblick über die Entwicklung des Buchbedarfs kann in diesem Zusammenhang nicht eingegangen werden. Heute sind jedenfalls die Vorbedingungen für das Entstehen und die Entwicklung eines Bedarfs an Büchern im gesamten gesehen erfüllt. Das Buch wurde aus einem ursprünglich nur

wenigen zugänglichen „Luxus“gut zu einem für manche Gebiete des heutigen Lebens unentbehrlichen Gebrauchsgut. Heute „umspannt das gedruckte Wort längst jede Lebensregung“[1]).

Hat sich im Laufe der Entwicklung der Buchbedarf ungeheuer ausgeweitet, so vollzog sich gleichzeitig damit auch eine außerordentliche Differenzierung, wie sich eine solche auch allgemein hinsichtlich des Geschmacks, des Konsums, des ganzen kulturellen Lebens beobachten ließ. Zu den ursprünglich nur wenigen gebildeten Schichten, die Bücher lasen, kamen immer weitere Schichten des Volkes als Buchinteressenten hinzu; das Buch gewann so für immer weitere Lebensgebiete Bedeutung, wurde neuen Interessengebieten dienstbar und spiegelt heute die ganze Vielgestaltigkeit des geistigen Lebens wider. So mußte sich der Buchbedarf in immer größerer Mannigfaltigkeit äußern.

Da es sich beim Buchbedarf um einen Kulturbedarf, näherhin um einen solchen an geistigen Gütern handelt, stellt er eine Art sublimen Bedarfs da, also jedenfalls nicht einen Bedarf an unbedingt lebensnotwendigen Gütern. Die Dringlichkeit dieses Bedarfs wird also, allgemein gesehen, von der Wertschätzung abhängen, die in einem Volke Geistesbildung und literarisches Leben genießen. Danach betrachtet ist heute ein Teil des Buchbedarfs zu einem vordringlichen, sogar „Zwangsbedarf“ zu rechnen, wenn man z. B. an den Bedarf an Schulbüchern denkt.

Soweit es sich nun um „sublimen“, freien Bedarf handelt, ist der Buchbedarf zum großen Teil nur schlummernd, latent vorhanden und bedarf eines Anreizes, eines Angebots, das ihn weckt und zu einem akuten Bedarf umgestaltet.

Als Bedarf an geistigen Gütern befindet sich der Buchbedarf entsprechend den Strömungen und Bewegungen des Geisteslebens in ständiger Veränderung sowohl der Richtung wie dem Umfang und seiner Intensität nach. Er erneuert sich ständig und ist gleichsam unersättlich. Er ist daher auch mengenmäßig absolut nicht abgrenzbar. Ist er auch allgemein gesehen kontinuierlich, so fehlt die Kontinuität des Bedarfs beim einzelnen Buch, selbst bei einer ganzen Literaturgattung, eine Tatsache, die mit das Risiko einer Buchverlagsunternehmung in sich birgt.

---

[1]) Menz, G.: Deutsche Buchhändler, S. 27.

Nach dieser allgemeinen Charakterisierung des Bedarfs an Büchern wenden wir uns jetzt der Frage der Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten im eigentlichen Sinne zu. Wir werden nun danach zu fragen haben, welche Momente und Motive ihren Einfluß auf sie ausüben. Zuvor wird jedoch wenigstens kurz zu erörtern sein, wer die Träger dieses Bedarfs an Büchern sind, welche Schichten des Volkes vor allem als Buchkonsumenten auftreten.

Insofern heute jedermann die Kenntnis des Lesens besitzt, kann auch in allen Volksschichten das Vorhandensein eines Bedürfnisses zu lesen festgestellt werden. Damit wird aber nicht behauptet, daß nun jeder einzelne ein Bedürfnis zu lesen empfindet und äußert, ebenso nicht, daß sich ein solches gerade im Bedarf an Büchern kundzutun braucht. Denn mit dem Buch als Vermittler von Lesestoff konkurrieren z. B. die Zeitschrift und die Tageszeitung, die manchem zur Befriedigung seines Lesebedürfnisses genügen. Doch hievon abgesehen, zeigt sich in allen Schichten des Volkes auch Bedarf an Büchern, zunächst vor allem an solchen, die zum „Zwangsbedarf" zählen, wie Schulbücher, oder deren Besitz aus sonstigen Gründen, z. B. als Handwerkszeug für den Beruf, notwendig oder nützlich ist, also an Büchern, die mehr oder weniger unentbehrlich sind; aber auch an anderen Büchern, die ausgesprochen literarische Bedürfnisse befriedigen, die in die Kategorie des sublimen Bedarfs einzureihen sind. Soweit es sich um Bücher dieser Art handelt, können aber nur wenige und verhältnismäßig schwache Schichten als die eigentlichen Bücher lesenden Schichten angesehen werden: die sog. Bildungsschichten. Denn die breiten Massen des Volkes im gesamten gesehen, in denen wohl mancher Bücherfreund zu finden ist, scheiden als regelmäßige Buchkonsumenten aus. Die Gründe dafür sind teils psychologischer und soziologischer, teils wirtschaftlicher Art. Zum Teil ist ein Lesebedürfnis überhaupt nicht vorhanden, weil die bildungsmäßigen Voraussetzungen nicht erfüllt sind; seine Weckung ist also eine Bildungs- und Erziehungsfrage. Zum Teil werden dem Buche, wo an und für sich ein Lesebedürfnis empfunden wird, andere Vermittler von Lesestoff oder überhaupt andere Vermittler von Belehrung und Unterhaltung, wie Film und Rundfunk, vorgezogen. Zum großen Teil fehlen die nötigen finanziellen Mittel.

So lassen sich hinsichtlich der Intensität des Buchbedarfs verschiedene Schichten unterscheiden, wenn auch nicht scharf abgrenzen. Mit einiger Berechtigung wird man behaupten können, daß die Intensität des Buchbedarfs einer Schicht von ihrem Bildungsstand abhängt, sich gleichsam proportional ihrer Bildungsstufe verhält. Demnach wird der Buchbedarf am intensivsten in Erscheinung treten beim Geistesarbeiter, voran beim Gelehrten, für den das Buch als Werkzeug seiner Arbeit schlechthin unentbehrlich ist. Ihm kommt am nächsten die Schicht der sog. Gebildeten, die zur Belehrung und Unterhaltung, zum Teil auch für den Beruf Bücher benötigt. Es folgen weitere Schichten von Lesern, die seltener zum Buche greifen, bis schließlich die breite Masse kommt, in der sich nur vereinzelt Bedarf an Büchern zeigt.

Wenn wir nun hier über die Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten etwas aussagen, so müssen wir immer im Auge behalten, daß es den Buchkonsumenten als einheitlichen Typ ja nicht gibt. Je nach seiner Zugehörigkeit zu einer der eben unterschiedenen Schichten wird auch sein Verhältnis zum Buch ein anderes sein. Trotzdem wird, um diese Frage untersuchen zu können, theoretisch der Typ des Buchkonsumenten als gegeben angenommen werden müssen. Des weiteren ist zu beachten: Eine Frage der Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten besteht nicht, sofern ein Buch für ihn unentbehrlich ist, mag dieses nun zum „Zwangsbedarf" gehören oder aus sonstigen Gründen für ihn unentbehrlich sein. In diesem Falle hängt die Deckung des Bedarfs allein von seiner Kauffähigkeit ab. Eine Frage der Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten besteht also nur, sofern es sich um Bücher handelt, die zur Kategorie des freien, sublimen Bedarfs zählen.

Versuchen wir also festzustellen, welche Momente bei dieser Kategorie von Büchern die Kaufbereitschaft des Konsumenten beeinflussen.

Es werden solche sein, die irgendwie sein Lesebedürfnis — wenn wir z. B. an die Motive des Lesens denken oder daran, was vom Lesen abhalten oder ablenken kann, — und solche, die seine Kauflust — z. B. Freude am Buchbesitz, Bücherpreise u. ä. — beeinflussen können. Sie sind teils psychologischer, teils soziologischer Art.

Die Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten wird also durch die

Art und Intensität seines Lesebedürfnisses sowie durch seine Kauflust bestimmt. Das Lesebedürfnis wiederum kann durch die Motive des Lesens bedingt sein: so mag sich das Bedürfnis richten auf Unterrichtung, Belehrung, Befriedigung eines Wissensdrangs, Unterhaltung und Zerstreuung u. dgl. m. Und im einzelnen Falle kann es beispielsweise durch Interesse an einer bestimmten Frage, durch Neugier, oder von außen durch irgendein Ereignis des öffentlichen Lebens, durch einen Vortrag u. ä. hervorgerufen sein. Seine Äußerung ist auch abhängig von einer inneren Geneigtheit, Disponiertheit, Lust zum Lesen, Stimmung. Denn das Lesen erfordert eine gewisse Muße, erfordert Zeit und Konzentration.

Das Lesebedürfnis kann nun aber auch durch Lesen eines geliehenen Buches befriedigt werden, braucht also nicht unbedingt zum Kaufe eines Buches zu führen. Um also beim Konsumenten eine Bereitschaft zum Buchkauf herbeizuführen, ist auch das Auftreten einer Lust zum Kaufe vonnöten. Diese Kauflust ihrerseits wird vor allem bestimmt sein durch die Kauffähigkeit des Konsumenten und Erwägungen über den Preis des gewünschten Buches, durch die Freude, die der Besitz eines Buches verursacht und was dgl. Imponderabilien mehr sind.

Kurzum: die Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten allgemein gesehen, wird von der Einstellung des einzelnen Konsumenten zum Buch, von seiner Wertschätzung des Buches bestimmt. Sie kann mehr ideell, mehr von Nutzen- und Brauchbarkeitserwägungen bedingt sein; sie mag angeboren, anerzogen, angewöhnt sein.

Der Grad der Wertschätzung des Buches bestimmt auch die Haltung des Buchkonsumenten den Wettbewerbern des Buches gegenüber. Auf die Konkurrenz der Zeitschrift und der Zeitung mit dem Buche wurde schon hingewiesen. Hier ist vor allem auch an den Einfluß von Film und Rundfunk zu denken. Sie wirken zwar nicht unbedingt buchfeindlich; indem sie manchesmal Anregung zum Kaufe eines Buches geben, wirken sie sogar fördernd auf die Kaufbereitschaft des Buchkonsumenten ein. Doch lenken sie in weitem Umfang vom Lesen ab, nehmen Zeit und Geld in Anspruch, die sonst für das Buch zur Verfügung gestanden wären. Dies trifft auch in besonderem Maße, ohne damit ein Werturteil aussprechen zu wollen, für den Sport aller Art zu. Es scheint sich ein neuer Lebensstil herauszubilden, der eine Abwendung vom Buch, vom

Lesen überhaupt, und eine Bevorzugung anderer Dinge mit sich bringt. Da erfährt die Bedeutung der Erziehung zum Buch im weitesten Sinne des Wortes als einzigem Mittel der Förderung der Kaufbereitschaft am Büchermarkt besonderes Gewicht.

Bei einer Ware wie der Ware Buch, die als Konsumgut in die Sphäre des geistigen Lebens gehört, mag die durch Imponderabilien bestimmte Kaufbereitschaft des Konsumenten für die Entwicklung und das Verhalten der Nachfrage am Markte von größerer Bedeutung sein als bei wohl den meisten anderen Waren; entscheidend für die Nachfrage am Markte, jedenfalls für deren Größe, bleibt auch am Büchermarkt die Kauffähigkeit des Konsumenten. Diese wird nun allgemein auf der einen Seite durch die Höhe des Einkommens der Konsumenten, auf der anderen durch den Preis der Ware begrenzt. Handelt es sich nun wie beim Buch um eine Ware, die nicht zu den lebensnotwendigen Gütern gehört, abgesehen etwa von Schulbüchern u. ä., so wird die Kauffähigkeit auch durch die Preise des lebensnotwendigen Güter, deren der Konsument bedarf, begrenzt. Mit anderen Worten: es steht zur Befriedigung des Bedarfs an solchen Gütern nur eine gewisse überschüssige Kaufkraft zur Verfügung. Dies trifft jedenfalls für den Büchermarkt zu. In diese überschüssige Kaufkraft muß sich aber nun das Buch mit anderen Gütern des kulturellen oder sonstigen, nicht lebensnotwendigen Bedarfs teilen. Es wurde schon oben kurz auf diese Tatsache hingewiesen. Die möglicherweise für den Buchkauf zur Verfügung stehende Kaufkraft wird daher noch weiter eingeschränkt. In welchem Umfange dies geschieht, hängt aber wieder, wenn einmal von Einkommensveränderungen abgesehen wird, von der Kaufbereitschaft der Buchkonsumenten ab.

Es wurde schon oben besprochen, welche Schichten des Volkes vor allem als Bücherleser in Frage kommen. Es konnte festgestellt werden, daß dies in erster Linie die sog. gebildeten Schichten sind. Nun kann auch behauptet werden, daß im allgemeinen diese Schichten, zu den höheren Einkommensbeziehern gehören. Sie stellen daher auch den Großteil der Bücherkäufer. Die Schichten mit niederem Einkommen scheiden zwar nicht als Bücherkäufer aus, da der Buchkauf, namentlich soweit Bücher niederer Preisgruppen in Betracht kommen, eine relativ bescheidene Ausgabe verursacht; sie fallen aber doch als Bücherkäufer weniger stark ins Gewicht. Sie

für den Buchkauf mehr heranzuholen, wird neben einer Bildungs- und Erziehungsfrage vor allem auch eine Frage der Bücherpreise sein.

Als namentlich für das wissenschaftliche Buch bedeutsamer Bücherkäufer sollen hier auch die Bibliotheken aller Art erwähnt werden. Die Frage der Auffüllung der „Kulturetats", die seit Jahren eine besondere Rolle spielt, mag die Bedeutung dieses Bücherkäufers deutlich hervortreten lassen.

Zum Schluß soll noch kurz die Frage der Elastizität der Nachfrage am Büchermarkt angeschnitten werden. Als Nachfrage nach einer Ware, die zum größten Teil zu den nicht lebensnotwendigen Gütern zu rechnen ist, wird man von ihr ohne weiteres behaupten können, daß sie eine hohe Elastizität aufweist, daß sie also bei einer Verminderung der Einkommen der Bücherkäufer rasch sinkt, umgekehrt bei einer Erhöhung der Einkommen wieder steigt. Mag diese allgemeine Feststellung auch zutreffen, so wird doch der Grad der Elastizität der Nachfrage bei den einzelnen Schichten der Bücherkäufer, ebenso auch bei den einzelnen Literaturgebieten, ein verschiedener und nicht einheitlich zu beurteilender sein. Es ist anzunehmen, daß Einkommensminderungen auf die Nachfrage nach Büchern bei den Beziehern höherer Einkommen ohne besondere Auswirkung bleibt. Anders jedoch bei den Schichten, die gerade noch einen kleinen Einkommensteil für die Befriedigung ihres Bedarfs an Büchern zur Verfügung haben. Ein Sinken des Einkommens wird diesen verbieten, weiterhin ihren Buchbedarf zu decken. Eine Erhöhung des Einkommens umgekehrt braucht nicht unbedingt sofort zu einer Steigerung der Nachfrage nach Büchern zu führen. In weitem Umfang werden — dies trifft in besonderem Maße für die Schichten mit niederem Einkommen zu — andere Bedürfnisse kultureller oder sonstiger Art, die ebenfalls infolge der Verminderung des Einkommens unbefriedigt geblieben waren, nun vor dem Bedarf an Büchern befriedigt werden.

Wird die Frage der Elastizität der Nachfrage gesondert nach bestimmten Literaturgebieten betrachtet, so läßt sich häufig feststellen, daß sich auf einzelnen Teilgebieten des Büchermarktes die Nachfrage entgegen den allgemeinen Tendenzen entwickelt. So konnte während der vergangenen Jahre vor 1933, während derer allgemein die Einkommensverhältnisse sich verschlechtert haben und daher

einen Rückgang der Nachfrage zur Folge hatten, beobachtet werden, daß, wenn wir z. B. an die Nachfrage nach Kriegsbüchern denken, auf diesem Teilgebiet des Büchermarktes sich die Nachfrage nach Büchern stark gehoben, also gerade gegenteilig entwickelt hat.

Die Frage der Elastizität der Nachfrage am Büchermarkt wird daher nur für einzelne Teilgebiete des Büchermarktes genauer untersucht werden können. Dazu wäre es notwendig, spezielle Erhebungen anzustellen. Darauf kann jedoch in diesem Zusammenhang nicht näher eingegangen werden.

Die Untersuchung der Nachfrageseite des Büchermarktes hat jedenfalls die weitgehende Abhängigkeit der Entwicklung und des Verhaltens der Nachfrage von außerwirtschaftlichen Faktoren, namentlich solchen des kulturellen und geistigen Lebens, deutlich werden lassen. Der Bedarf an Büchern ist durchaus irrational bestimmt, und die Äußerung dieses Bedarfs ist von vielen Imponderabilien abhängig. Bei einer Untersuchung der Nachfrage am Büchermarkt mußte daher notgedrungen die Erörterung dieser außerwirtschaftlichen diejenige der wirtschaftlichen Gegebenheiten zurückdrängen. Da sich weiterhin diese Dinge nicht exakt erfassen lassen, mußten wir uns mit mehr allgemeinen Feststellungen begnügen.

*

Wir wenden uns nun der Angebotseite des Büchermarktes zu. Welche Momente spielen bei der Entwicklung des Angebots eine Rolle, welche Faktoren bestimmen seine Größe und wie verhält es sich mit der Elastizität des Angebots? Es soll versucht werden, diese Fragen zu klären.

Das Angebot hat den Bedarf zur Voraussetzung. Es wurde an anderer Stelle schon gesagt, daß die Produktion der Herrschaft der Nachfrage unterliegt und daß das Angebot die Tendenz zeigt, den Regungen der Bedarfseite möglichst entgegenzukommen. Es wurde auch weiter gesagt, daß auf der anderen Seite nicht ausgeschlossen ist, daß das Angebot selbst wiederum Bedarf und

somit auch eine Nachfrage am Markte weckt; daß also eine Wechselwirkung zwischen Angebot und Nachfrage am Markte besteht. Alles dies gilt auch für den Büchermarkt.

Auf dem Büchermarkt als einem Markt geistiger Güter zeigt es sich nun aber sehr häufig, daß ein Bedarf erst durch das Angebot geweckt wird. Im konkreten Fall kann auch ein Bedarf nach einem Buch bestimmten Inhalts und somit eine Nachfrage am Markte nach dieser Ware nicht auftreten, bevor es nicht erschienen ist. Es könnte also scheinen, daß am Büchermarkt in erster Linie das Angebot selbst Art und Richtung der Produktion bestimme. Doch ist dem nicht so. Auch am Büchermarkt entscheidet letzten Endes der Bedarf der Konsumenten über das Angebot. Auch soweit im konkreten Fall das Angebot der Nachfrage vorausgeht, besteht doch insofern ein enger Zusammenhang mit der Bedarfseite des Marktes, als das Entstehen eines neuen geistigen Erzeugnisses immer in irgendeiner Weise durch die geistigen Strömungen seiner Entstehungszeit bedingt ist und somit immer bis zu einem gewissen Grad geistigen Bedürfnissen bestimmter Art entgegenkommt.

Wird also das Angebot am Büchermarkt seiner Richtung und seinem Umfang nach doch von der Bedarfseite her bedingt, da die letzten Gründe für das Entstehen eines Angebots an Büchern allgemein in Bedürfnissen des geistigen Lebens liegen, so kann doch der Anlaß für das Erscheinen des einen oder anderen Buches in Momenten begründet sein, die auf der Angebotseite zu suchen sind. So mag manchesmal der Wunsch des Autors, sich zu einer Frage zu äußern oder überhaupt seine Gedanken an die Öffentlichkeit zu bringen, also sein Mitteilungsbedürfnis, oder auch der Wunsch des Verlegers, über dieses oder jenes Gebiet ein Buch herauszugeben, das seiner Marktkenntnis entsprechend einen Erfolg verspricht, die treibende Kraft sein, die zum Erscheinen eines Buches führt. Ereignisse aller Art, Gedenktage lebender oder verstorbener berühmter Dichter, Denker, Staatsmänner, Künstler usw. sind häufig der äußere Anlaß dazu. Aber das Angebot selbst ist doch immer letzten Endes durch einen gleichsam latenten Bedarf bedingt, der durch das Erscheinen dieser Bücher zu einem akuten Bedarf umgestaltet wird.

Welche Faktoren bestimmen nun die Größe des Angebots am Büchermarkt? Allgemein ist das Angebot einer Ware auf dem

Markte seiner Menge nach bestimmt: einmal durch subjektive und objektive Momente, die auf der Angebotseite selbst begründet sind, wie Produktionswille der Produzenten, Verfügbarkeit über die Produktionsfaktoren, Stand der Produktionstechnik, Produktionskosten u. ä.; zweitens durch den Preis der Ware, ein im Zusammenwirken von Angebot und Nachfrage entstehender Faktor. So verhält es sich auch beim Angebot am Büchermarkt. Wir beschränken uns im folgenden auf die Erörterung der auf der Angebotseite selbst liegenden Momente. Da wird zu fragen sein, inwieweit Rohstoffe für die Buchproduktion vorhanden sind, ob von dieser Seite her die Größe des Angebots am Büchermarkte bestimmt wird; ferner ob die Kapazität des Produktionsprozesses oder der Stand der Erzeugungstechnik irgendwie die Größe des Angebots beeinflussen. Sodann wird die Frage zu erörtern sein, inwieweit der Produktionswille der Produzenten sowie deren Produktionsfähigkeit, die wiederum vom zur Verfügung stehenden Kapital und den Produktionskosten abhängig ist, die Angebotsmenge am Büchermarkt bestimmen.

Welches sind die Rohstoffe, aus denen das Buch hergestellt wird, wenn wir diesen Begriff auch beim Buch verwenden wollen? Seinem Doppelcharakter entsprechend solche zweierlei Art: 1. geistige: die Geisteserzeugnisse der Verfasser, die vervielfältigt und verbreitet werden sollen, und 2. materielle: die Stoffe, aus denen das Buch als materielle Ware besteht: das Papier, die Druckfarbe und das Einbandmaterial. Über die Menge der geistigen „Rohstoffe“ läßt sich nur soviel aussagen, daß sie im gesamten gesehen unendlich groß ist und sich dauernd erneuert. Infolge des engen Zusammenhangs zwischen dem Bedarf an geistigen Gütern und dem Entstehen entsprechender Geisteserzeugnisse läßt sich auch behaupten, daß bei Auftreten neuen Bedarfs bestimmter Richtung sich auch alsbald ein entsprechendes Angebot an geistigen Erzeugnissen entwickelt und daß sich somit allgemein gesehen — soweit es sich um diesen „Rohstoff“ handelt — keine Schwierigkeiten bei der Beschaffung dieses „Rohstoffes“ ergeben. Auch die materiellen Rohstoffe, die zur Erzeugung der Ware Buch benötigt werden, können bei dem heutigen Stand der Technik in jeder benötigten Menge beschafft werden. Im konkreten Einzelfalle mag es sich ergeben, daß sich bei der Beschaffung der Rohstoffe zu einem

bestimmt festgelegten Termin Schwierigkeiten einstellen, so wenn das Manuskript eines Buches, das geistige Erzeugnis des Verfassers, nicht fristgemäß abgeliefert wird, oder wenn sich z. B. in der Herstellung des Papiers oder bei den Buchbinderarbeiten Verzögerungen ergeben.

Unterliegt also im gesamten gesehen die Größe des Angebots am Büchermarkt von der Rohstoffseite her keinerlei einschränkenden Bedingungen, so trifft dies auch für den zweiten Faktor, der die Größe des Angebots beeinflussen könnte, zu. Die Kapazität des Produktionsapparates sowie der Stand der Erzeugungstechnik vermögen heutigentags jeglichen Anforderungen zu genügen. Die Umstände des Einzelfalles können auch hier wiederum Schwierigkeiten entstehen lassen.

Entscheidend für die Größe des Angebots am Büchermarkt können demnach nur Produktionsfähigkeit und Produktionswille der Produzenten, d. h. der Verleger, sein. Diese Produktionsfähigkeit ist, wie oben gesagt wurde, eine Frage der zur Verfügung stehenden Kapitalmenge, die wiederum in ihrer Größe von den allgemeinen wirtschaftlichen Verhältnissen abhängig ist, und der Höhe der Produktionskosten. Wird nun die benötigte Kapitalmenge als gegeben angenommen, so bestimmt letzten Endes der Wille des Verlegers als Produzenten die Größe des Angebots am Büchermarkt. Er entscheidet sich als Unternehmer für die Produktion oder konkret gesagt für die Herausgabe eines Buches nur dann, wenn Aussicht auf Absatz und Erfolg vorhanden ist. Durch den Verleger erfährt das unendlich große Angebot an Geisteserzeugnissen, die als Buchware an den Markt gebracht werden sollen, eine Einengung und eine Auslese, indem er nur diejenigen zur Umgestaltung in die handelsfähige Ware Buch übernimmt, die wirtschaftlich verwertbar erscheinen. Als Kaufmann muß er diese Auswahl in erster Linie nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten vornehmen, und es kann daher wohl der Fall eintreten, daß ein seinem Inhalt nach bedeutsames Geisteswerk nicht am Büchermarkt erscheinen kann, wenn wirtschaftliche Gesichtspunkte allein entscheiden. Inwiefern in solchem Falle der Verleger selbst oder andere Förderer, wie der Staat, Vereine u. a., als Mäzene auftreten, ist eine Frage des einzelnen Falles. Die Möglichkeit eines solchen Falles läßt den zwiespältigen Charakter der Buchware besonders deutlich werden,

die als Ware der Sphäre der Wirtschaft, als Geistesprodukt der Sphäre des kulturellen Lebens angehört.

Die Größe des Angebots am Büchermarkt — so läßt sich kurz zusammengefaßt sagen — wird also entscheidend davon bestimmt, ob und inwieweit Kapital zur Buchproduktion zur Verfügung steht und Verleger-Bereitschaft zu produzieren sich zeigt. Von der Seite der Rohstoffgewinnung und der Produktionstechnik her lassen sich dagegen keine Einflüsse feststellen, die im gesamten gesehen die Angebotsmenge bestimmen.

Aus den geschilderten Tatsachen ergibt sich auch, daß Schwankungen der Angebotsmenge am Büchermarkt im gesamten gesehen, wenn der Einfluß der Nachfrageseite hier außer acht gelassen wird, nicht von irgendwelchen naturgegebenen Bedingungen oder solchen der Produktionstechnik abhängig sein können, sondern daß sie von den Schwankungen herrühren, die der für die Buchproduktion zur Verfügung stehende Kapitalvorrat aufweist. Da dessen Größe von den allgemeinwirtschaftlichen Verhältnissen bestimmt wird, ist insofern der Wirtschaftszweig Buchwirtschaft von der Lage der Gesamtwirtschaft abhängig.

Es ergibt sich auch des weiteren die Tatsache, daß das Angebot an Büchern einer steigenden Nachfrage der Richtung wie der Menge nach sich elastisch anzupassen vermag. Geringer ist dagegen die Elastizität des Angebots nach unten, wenn die Nachfrage sich vermindert. Wohl kann die Neuproduktion eingeschränkt werden. Die durch die Drosselung der Neuproduktion eintretende Verringerung des Angebots wird aber erst allmählich spürbar, da die vorhandenen Büchervorräte einer rasch wirksamen Verminderung des Angebots entgegenstehen und da mit der Buchproduktion, die, wie bekannt ist, unter dem Zwang der Herstellung ganzer Auflagen auf einmal steht, notwendigerweise das Halten von Lagervorräten verbunden ist.

Nach diesen theoretischen Ausführungen über die Bestimmungsgründe des Angebots am Büchermarkt sollen noch einige mehr konkrete Angaben folgen und einige Besonderheiten hervorgehoben werden.

Der differenzierte Bedarf ruft notwendigerweise ein entsprechend mannigfaltiges Angebot an Büchern hervor, dessen Vielgestaltigkeit noch gefördert wird, wenn von einzelnen Büchern noch

verschiedene Ausgaben, die sich in der Ausstattung und im Preise voneinander unterscheiden, an den Markt gebracht werden.

In die Schaffung dieses vielgestaltigen Angebots teilen sich, soweit der deutsche Büchermarkt in Frage steht, rund 4000 Verlage (vgl. Adreßbuch des deutschen Buchhandels 1933). Da bei der großen Differenziertheit des Buchbedarfs es für einen einzelnen Verlag eine Unmöglichkeit ist, alle Literaturgebiete zu pflegen, haben sich die einzelnen Verlage mehr oder weniger stark spezialisiert. Für den deutschen Buchverlag ist außerdem eine starke Dezentralisation charakteristisch: im Gegensatz zu anderen Ländern, in denen sich der Verlag in wenigen Großstädten konzentriert hat, sind im Deutschen Reich selbst kleinste Städte Standort einzelner Buchverlagsunternehmungen. Für den Vertrieb der Buchware ergeben sich aus dieser Lage besondere Aufgaben. Darüber einiges auszuführen, wird später noch Gelegenheit sein.

Dem Verlag als Anbieter auf dem Büchermarkt steht als Abnehmer zunächst und in erster Linie der vertreibende Buchhandel gegenüber. Dieser tritt seinerseits wieder neben dem Verlag als Anbieter dem letzten Konsumenten gegenüber. So läßt sich am Büchermarkt ein innerer (Verlag — vertreibender Buchhandel) und äußerer Markt (Verlag und vertreibender Buchhandel — Konsument) unterscheiden. Der eigentliche Anbieter ist jedoch der Verlag.

Das Angebot am Büchermarkt weist insofern weiterhin eine Besonderheit auf, als der Verleger infolge des urheberrechtlichen Schutzes, den seine Ware genießt, ein „relatives Monopol“ besitzt. Wenigstens trifft dies für die erstmalig am Markt erscheinenden Bücher zu. Bei der Erörterung des Warencharakters des Buches wurde schon auf diese Frage eingegangen; auch wurde erwähnt, daß trotz des „relativen Monopols“ des einzelnen Verlegers eine scharfe Konkurrenz der Verleger untereinander besteht, da, wenn auch nicht das gleiche Buch, so doch ein solches ähnlichen Inhalts am Markte erscheinen kann. Erfahrungsgemäß zieht auch ein erfolgreiches Buch einen ganzen Schwarm ähnlicher Neuerscheinungen nach sich.

Als Besonderheit des Angebots am Büchermarkt soll schließlich noch der gebundene Preis hervorgehoben werden. Wie ebenfalls schon bekannt ist, besitzt mindestens der größte Teil der neu erscheinenden Bücher einen „festen Ladenpreis“. Der Verkaufspreis

dem Konsumenten gegenüber ist vom Verleger verbindlich festgesetzt und wird durch die Buchhandelsorganisation geschützt, solange der Verleger selbst ihn aufrechterhält.

Im Laufe der Erörterungen über die Angebotseite des Büchermarktes konnte festgestellt werden, daß auch das Angebot (ebenso wie der Bedarf und damit die Nachfrage am Büchermarkt) in seiner Entstehung und Entwicklung letzten Endes außerwirtschaftlich, vom geistigen Leben her bestimmt ist, daß seine Größe jedoch maßgeblich auch von wirtschaftlichen Momenten bedingt ist. Auch auf einige Besonderheiten konnte hingewiesen werden, die sich als im Charakter der Ware Buch begründet herausstellen.

*

Bisher wurden Nachfrage und Angebot am Büchermarkt aus theoretischen Gründen mehr oder weniger isoliert betrachtet. Es wurde aber schon hervorgehoben, daß in Wirklichkeit sich Angebot und Nachfrage nicht trennen lassen. Sie stehen vielmehr in einem gegenseitig sich bedingenden und bestimmenden, funktionellen Zusammenhang.

Aus der zwischen Angebot und Nachfrage bestehenden Spannung, die zueinander in einen Gleichgewichtszustand zu kommen trachten, die jedoch aus den verschiedensten Gründen, die Angebot wie Nachfrage dauernd Veränderungen unterwerfen, immer neu in Bewegung gehalten werden, ergibt sich der Marktpreis. In seinen Ausschlägen nach oben oder unten bringt er diese Bewegungen der Nachfrage und des Angebots zum Ausdruck.

Diesem allgemeinen Gesetz der Preisbildung unterliegt, wie jeder Markt, auch der Büchermarkt. Zwar wird konkret gesehen der Bücherpreis, wie ausgeführt wurde, autonom vom Verleger festgesetzt. Dies besagt jedoch nicht, daß dies willkürlich erfolgte. Der Verleger ist vielmehr bei der Festsetzung des Preises (in anderem Zusammenhang wird darauf näher einzugehen sein) gebunden, nämlich einerseits an seine Produktionskosten, die selbst wieder von den Preisen der Produktionsgüter, wenn wir so all-

gemein sagen wollen, bestimmt werden; andererseits an die Höhe des möglichen Preises, der vom allgemeinen Preisniveau am Büchermarkt sowie im einzelnen Falle von den besonderen Verhältnissen auf der Nachfrageseite bestimmt sind. Dies besagt, daß auch die Gestaltung der Bücherpreise dem allgemeinen Preisbildungszusammenhang unterworfen ist.

Im Gegensatz zu anderen Märkten, auf denen die Preise ständig oszillieren, sich in ständiger Bewegung befinden, läßt sich diese Erscheinung am Büchermarkt nicht beobachten. Denn wie bekannt ist, ist der vom Verleger festgesetzte Bücherpreis gebunden. Wohl lassen sich innerhalb längerer Zeiträume Preisbewegungen am Büchermarkt feststellen; so konnte in den letzten Jahren der Krise, im allgemeinen sogar bis heute, ein Sinken des durchschnittlichen Bücherpreises beobachtet werden. Dagegen pflegen sich Einzelpreise, solange ein Buch irgendwie Aussicht auf Absatz besitzt, nicht zu verändern. Die Bücherpreise gehören daher nicht zu den reagiblen Preisen im engeren Sinn. Für den Büchermarkt fehlt infolgedessen eine Art Preisbarometer, das Schwankungen von Angebot und Nachfrage anzeigt. Während auf anderen Märkten ein auffälliges Sinken der Preise als Anzeichen eines Überangebots betrachtet werden kann, fehlt dem Büchermarkt dieses Anzeichen einer etwaigen Überproduktion.

Es wird überhaupt schwer festzustellen sein, in welchem Grade auf dem Büchermarkt ein Überangebot im einzelnen Falle vorliegt, da der Bedarf an Büchern und damit die Nachfrage nach ihnen nicht abgrenzbar ist und zudem Bedarf an Büchern in weitem Umfang nur latent vorhanden ist und erst durch ein entsprechendes Angebot geweckt wird. Ob und in welchem Grade ein Überangebot vorliegt, wird sich nur jeweils den Verhältnissen des einzelnen Falles entsprechend genauer erfassen lassen.

Durch die eingehende Untersuchung des Büchermarktes sollte versucht werden, die Besonderheiten und wirtschaftlichen Gegebenheiten aufzuzeigen, mit denen die Buchverlagsunternehmung zu rechnen hat, die sich auf irgendeine Weise auf den Ablauf ihres Lebensprozesses auswirken. Diese Besonderheiten sind, wie öfters erwähnt wurde, letzten Endes im Charakter der Ware Buch begründet.

3. Kapitel

Der Begriff Verlag, Buchverlagsunternehmung, Verleger

Wir haben in den vorhergehenden Kapiteln versucht, die Eigenart der Ware Buch darzustellen und Einblick in die verwickelten Verhältnisse des Büchermarktes zu gewinnen. Welche Funktion hat nun die Buchverlagsunternehmung zu erfüllen? In welcher Beziehung steht sie zu der Ware Buch? Worin besteht das „Verlegen" von Büchern? — Bevor wir darauf näher eingehen und die Tätigkeit der Buchverlagsunternehmung im einzelnen beschreiben, sollen die Begriffe Verlag, Buchverlagsunternehmung und Verleger geklärt werden.

Das Wort Verlag bedeutet, seinem etymologischen Ursprung entsprechend, soviel wie Kosten übernehmen, Geld auslegen. H. Bücking hat in seiner Untersuchung „Verlag, Verlagsbuchhandel und Unternehmer"[1]) nachgewiesen, daß als Verlag im allgemeinen ursprünglich „jeder Aufwand an Geldmitteln zugunsten einer Person oder zur Durchführung einer Sache verstanden wurde"[2]). Er unterscheidet zwei Formen der Verlagsgewährung: 1. Verlag als Kostenbestreitung für eine Sache und 2. Verlag als Kostenbestreitung für eine Person. Die letztere kann erfolgen: a) als Zuwendung, unentgeltlich, b) als Vorschuß. Verlag als Kostenbestreitung für eine Sache sei in der Wirtschaftsgeschichte nur im Falle der Herstellung von Büchern bekannt. Er weist nachdrücklich darauf hin, daß Verlag seinem Wesen nach eine geldliche, finanzielle Transaktion bedeutet. Damit unterscheidet er den Begriff Verlag scharf von dem Begriff Verlag, den K. Bücher aufgestellt hat[3]). Bücher gebraucht den Begriff Verlag als Bezeichnung für ein gewerbliches Betriebssystem, gleichbedeutend mit dem Begriff Hausindustrie. Er definiert den Verlag als „diejenige Art gewerblichen Betriebes, bei welcher ein Unternehmer regelmäßig eine größere Zahl von Arbeitern außerhalb seiner eigenen Betriebsstätte in ihren Wohnungen beschäftigt"[3]), und bei welcher er „anderen das Rohmaterial oder

---

[1]) Bücking, Helmut: Verlag, Verlagsbuchhandel und Unternehmer. Jena 1931.

[2]) Bücking, H.: A. a. O. S. 5 ff.

[3]) Vgl. Bücher, Karl: Artikel „Gewerbe" im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Aufl. IV. Bd. Jena 1927, S. 986.

den Preis ihrer Produkte solange vorschießt, bis sie an den Konsumenten gelangt sind“[1]). Verlag im Sinne Büchers bedeutet also einmal: Vorschußgewährung an Gewerbetreibende (finanzielles Moment) und zweitens: Gewerbliches Betriebssystem (technisches Moment). Bücking macht Bücher zum Vorwurf, daß sein Verlagsbegriff (Verlag = gewerbliches Betriebssystem) der im Buchgewerbe sich zeigenden Erscheinung des Verlags nicht gerecht zu werden vermöge[2]), und daß er das finanzielle Moment im Verlagsbegriff mit einem technischen verquicke[3]).

Gebrauchen wir den Begriff Verlag in seinem ursprünglichen Sinne, also in seiner Bedeutung als Kostenbestreiten, und wenden wir ihn auf die Herstellung von Büchern an, so bedeutet „Bücher verlegen“ ganz allgemein: die Kosten für die Herstellung von Büchern bestreiten. Verleger ist derjenige, der bereit ist, diese Kosten zu bestreiten. Eine Einzelwirtschaft, die es übernimmt, für die Herstellung von Büchern die Kosten aufzubringen, ist demnach ein Buchverlag. Unter diese weite Fassung des Begriffes Buchverlag würde auch der Selbstverlag des Verfassers oder das gelegentliche Verlegen von Büchern durch wissenschaftliche Gesellschaften, öffentliche Anstalten u. a. fallen. Um der Erscheinung Verlag im Buchgewerbe gerecht zu werden, bedarf es noch einer Einschränkung. Unter Verlag im Buchgewerbe wird nur eine Einzelwirtschaft verstanden, die es gewerbsmäßig übernimmt, für die Herstellung von Büchern die Kosten zu bestreiten. Und Verleger ist nur derjenige, der diese Tätigkeit gewerbmäßig ausübt.

Weist diese Einzelwirtschaft die Merkmale auf, die der Unternehmung eigentümlich sind, so haben wir eine Buchverlagsunternehmung vor uns. Die wesentlichen Merkmale der Unternehmung sind, um sie hier kurz zu wiederholen, folgende: Streben nach Gelderwerb, dazu Aufwendung von Kapital und Eingehen eines unabwälzbaren Risikos, das in der Lieferung von Waren an den unbekannten Abnehmer Markt besteht, eine Rechnung in Geld. Ein Buchverlag, der zum Zwecke des Gelderwerbs die Kosten für

---

[1]) Vgl. Bücher, Karl: Artikel „Gewerbe“ im Handwörterbuch der Staatswissenschaften, 4. Aufl. IV. Bd. Jena 1927, S. 986.

[2]) Bücking, H.: A. a. O. S. 2.

[3]) Ebd. S. 3.

die Herstellung von Büchern bestreitet und diese Bücher an den Markt liefert, damit also das typische Unternehmungsrisiko eingeht, und eine „Kapitalrechnung“ führt, ist also eine Unternehmung. So können wir die Buchverlagsunternehmung definieren als eine Erwerbswirtschaft, die für die Herstellung von Büchern und deren Absatz an den Markt Aufwendungen in Geld macht.

Der Träger dieser Unternehmung, der es gewerbsmäßig übernimmt, die Kosten für die Herstellung von Büchern und deren Absatz an den Markt zu bestreiten, ist der Verleger. Da er in erster Linie das Risiko zu tragen hat, ist er Unternehmer. Diese Auffassung des Unternehmers ist nicht unwidersprochen. In der Literatur wird häufig eine Trennung zwischen Unternehmer und Kapitalisten gemacht. Als Unternehmer wird der Leiter einer Unternehmung angesehen, der zugleich Kapitalist, also Geldgeber, sein kann, aber es nicht zu sein braucht. Demgegenüber steht unsere Auffassung[1]), daß der Unternehmer zugleich Kapitalist und damit Träger des Risikos sein muß. Bücking spricht in seiner Definition des Unternehmers (und behauptet es damit auch vom Verleger, den er als Unternehmer anspricht) unter anderem davon, daß der Unternehmer ein „spezifisch marktwirtschaftliches“ Risiko eingehen müsse[2]), daß er es aber nicht selbst zu tragen brauche[3]). Unserer Auffassung nach kann nur Unternehmer sein, wer das Unternehmungsrisiko eingeht, d. h. trägt. Das Eingehen eines Risikos für andere scheint u. E. kein Kriterium für einen Unternehmer zu sein. Bücking sieht die Merkmale eines Unternehmers mehr in der Tätigkeit des Organisierens und Disponierens des Leiters einer Unternehmung. Er betrachtet daher z. B. auch den Direktor einer Aktiengesellschaft als Unternehmer. Ohne abstreiten zu wollen, daß der Leiter einer Aktiengesellschaft oft ganz bedeutende Unternehmerfähigkeiten besitzen muß, können wir ihn doch nicht als Unternehmer ansprechen, da er für seine Person als Direktor kein Unternehmungsrisiko zu tragen hat. Noch ein Argument kann zur Stützung unserer Ansicht beigebracht werden. Wird eine Einzelwirtschaft als Unternehmung bezeichnet, so wird damit ihre

---

[1]) Vgl. auch Rieger, W.: A. a. O. S. 99.
[2]) Vgl. Bücking, H.: A. a. O. S. 76.
[3]) Ebd. S. 82 ff.

eigenartige Stellung in der Wirtschaft hervorgehoben, die vor allem durch das Risiko, das sie zu tragen hat, charakterisiert ist. Demnach soll mit der Benennung einer Person als Unternehmer ebenfalls die Stellung, die sie in der Wirtschaft einnimmt, die risikoreiche Rolle, die sie spielt, bezeichnet werden. Es wird also mit der Bezeichnung Unternehmer nicht in erster Linie auf die Unternehmereigenschaften einer Person abgehoben. Der beamtete „Unternehmer" unterscheidet sich aber in seiner Stellung in der Wirtschaft wesentlich vom eigentlichen Unternehmer und kann konsequenterweise u. E. daher auch nicht als Unternehmer angesehen werden.

4. Kapitel

Die Betätigung der Buchverlagsunternehmung

Die Unternehmung ist eine Erwerbswirtschaft. Ihr Zweck ist, wie wir festgestellt haben, die Erzielung von Gewinn. Um dieses Ziel zu erreichen, betätigt sie sich in der Wirtschaft. Diese Betätigung der Unternehmung, ihr betriebliches Gebaren ist also nur Mittel zum Zweck. Durch die Art ihrer Betätigung unterscheiden sich die einzelnen Typen von Unternehmungen voneinander, und entsprechend ihrem betrieblichen Tun zeigen sich die Unternehmungsprobleme jeweils in besonderem Licht. Daher soll in diesem Kapitel das betriebliche Gebaren, die Betätigung der Buchverlagsunternehmung beschrieben werden, ohne jedoch dabei zu sehr auf Einzelheiten einzugehen.

Die Buchverlagsunternehmung wurde im vorhergehenden Kapitel als eine Erwerbswirtschaft definiert, die für die Herstellung von Büchern und deren Absatz an den Markt Aufwendungen in Geld macht. Betrieblich gesehen wird sie daher mit der Herstellung von Büchern sowie mit deren Vertrieb zu tun haben. Im folgenden soll deshalb ihre Tätigkeit bei der Herstellung des Buches, sodann bei dessen Vertrieb betrachtet und dabei zugleich ihre Stellung zu den anderen Unternehmungen der Buchwirtschaft dargelegt werden.

a) Die Stellung des Verlegers in der Buchproduktion

Das Buch hat — als ein in einem Manuskript niedergelegtes und durch den Druck vervielfältigtes geistiges Erzeugnis — nicht nur einen, sondern verschiedene Hersteller. Den geistigen Inhalt des Buches „produziert" der Autor; Hersteller des Materiellen am Buch sind Papierfabrik, Buchdrucker und Buchbinder. Der Verleger ist also weder der geistige noch der technische Schöpfer der Ware Buch. Und doch nimmt er „eine zentrale, beherrschende Stellung innerhalb des Produktionsprozesses des Buches ein. Er ist der eigentliche Unternehmer"[1]). Der Verleger finanziert die Produktion und übernimmt das Unternehmungsrisiko. Er ist, wie Bachem sagt, „der wirtschaftliche Schöpfer der Ware Buch"[2]). Er erwirbt das geistige Erzeugnis des Autors gleichsam als Rohstoff für seine Produktion. Die „Verarbeitung" dieses Rohstoffes, wenn wir die Vervielfältigung durch den Druck einmal so bezeichnen wollen, seine Umformung zu einem materiellen Buch, nimmt er aber nicht selbst vor, sondern läßt sie in seinem Auftrag durch andere bewerkstelligen. Doch behält er für die ganze Produktion die Leitung, und zwar in doppeltem Sinne: Er bestimmt die Richtung und den Umfang der Produktion auf Grund seiner Kenntnis der Marktlage und überwacht fortlaufend den technischen Herstellungsprozeß.

1. Verleger und Autor

Bereits vor Inangriffnahme der eigentlichen Produktion beginnt die Tätigkeit des Verlegers. Sie setzt mit der Beschaffung des geistigen Rohstoffes ein. Unerläßliche Voraussetzungen dazu sind nicht nur Beziehungen zu Autoren, sondern auch die Kenntnis der Strömungen des geistigen Lebens — wenigstens auf seinem Fachgebiet — und der Bedürfnisse des bücherkaufenden Publikums.

———

[1]) Beck, H.: Der gemischte Betrieb im deutschen Verlagsbuchhandel, Stuttgart 1912, S. VIII.

[2]) Bachem, F. C.: Die Lage des deutschen Buchverlags ... Köln 1922, S. V (zit. nach Scherer, E.: Das Unternehmertum des deutschen Verlagsbuchhandels. Göttingen 1926).

Das Verhältnis zwischen Verleger und Autoren kann die verschiedensten Formen annehmen[1]):

1. Der Autor bietet dem Verleger ein druckfertiges Manuskript zur Übernahme in seinen Verlag an oder er erbietet sich ohne vorangegangene Anregung des Verlegers, ein Werk für den Verlag zu schreiben.

2. Der Verleger gibt einem Autor Anregungen zu einem Werke mit dem Anerbieten der Verlagsübernahme.

3. Der Verleger bestellt bei einem Autor ein ganz bestimmtes, nach seinem Plane auszuführendes Werk.

4. Der Verleger gewinnt einen Autor zu einer nach bestimmten Vorschriften geregelten Mitarbeit, z. B. an einem Sammelwerk, an einem Lexikon u. ä.

In allen diesen Fällen nimmt der Verleger dem Autor gegenüber eine gewissermaßen stärkere Stellung ein. Anders gestaltet sich sein Verhältnis zum Autor, wenn dieser ein erfolgreicher, berühmter Schriftsteller oder eine Autorität auf irgendeinem Gebiete der Wissenschaft ist. Ein solcher Autor hat es meist nicht notwendig, für seine Arbeiten einen bestimmten Verleger zu gewinnen, denn der gegenseitige Wettbewerb der Verleger enthebt ihn dieser Mühe.

Werden dem Verleger Manuskripte angeboten, so werden sie zunächst einer Prüfung unterzogen, und zwar einer Prüfung in doppelter Hinsicht: einer Prüfung des Inhalts, des inneren Gehaltes des angebotenen Werkes und vor allem hinsichtlich der finanziellen Auswirkungen einer eventuellen Verlagsübernahme. Die Prüfung des Inhalts wird nun allerdings nicht in erster Linie nach rein wissenschaftlichen Gesichtspunkten vorgenommen, sondern vor allem nach kaufmännischen Gesichtspunkten — denn der Verleger ist, unbeschadet seiner Stellung im kulturellen Leben, zunächst einmal Kaufmann. Er wird also Erwägungen darüber anstellen, welche Absatzmöglichkeiten für das angebotene Werk vorhanden sind, an welchen Interessentenkreis sich das betreffende Werk wendet, ob es eine „literarische Lücke" ausfüllt, ob es in die Richtung und das Niveau seines Verlages paßt, ob die Zeit für den Absatz geeignet ist u. a. m. Dabei wird er sich nicht auf sein Urteil allein ver-

[1]) Vgl. Paschke-Rath: Lehrbuch des deutschen Buchhandels, Bd. I, S. 149 (Leipzig 1932).

lassen, es häufig auch nicht können, sondern er wird den Rat von Sachkennern, denen er die Manuskripte zur Begutachtung vorlegt, einholen. Große Verlage beschäftigen für solche Manuskriptprüfungen eigens sogenannte Verlagslektoren. Eine solch eingehende Prüfung des Inhalts erübrigt sich naturgemäß bei dem Werke einer anerkannten Autorität auf dem Gebiete der Wissenschaft, wie bei einem sonstigen Autor anerkannten Namens.

Bei der Prüfung der wirtschaftlichen Seite, der finanziellen Auswirkungen der Verlagsübernahme eines Werkes, werden etwa folgende Erwägungen eine Rolle spielen: Wie hoch sind die Aufwendungen, die das Verlegen des angebotenen Werkes verursacht, wie hoch kann der Preis für das betreffende Buch angesetzt werden in Hinsicht auf die Kauffähigkeit des Interessentenkreises, wie hoch muß der Preis bei der voraussichtlich absetzbaren Auflagenhöhe[1]) sein, damit sich das Verlegen dieses Buches lohnt, in welcher Zeit kann unter den derzeitigen Umständen mit einem Rückfluß der zu investierenden Gelder gerechnet werden usw. Bei diesen Erwägungen wird der Verleger die Gutachten, die ihm über das betreffende Manuskript erstattet wurden, vor allem berücksichtigen. Das Abwägen der Absatzmöglichkeiten und der finanziellen Auswirkungen eines in den Verlag zu übernehmenden Werkes bedarf besonderer Sorgfalt, da häufig selbst ein inhaltlich hervorragendes Buch nur geringen Absatz findet und keinen der geistigen Leistung in dem angebotenen Werk angemessen erscheinenden wirtschaftlichen Erfolg erzielt. Die Beurteilung der Absatzfähigkeit eines Werkes erfordert daher vom Verleger ein nicht geringes Maß von Erfahrung und Kenntnissen über die Verhältnisse am Büchermarkt.

Hat sich der Verleger zur Übernahme des angebotenen Werkes in seinen Verlag entschlossen, so verhandelt er mit dem Autor über die Bedingungen der Verlagsübernahme. Es handelt sich hierbei vor allem um den Erwerb der zur Vervielfältigung des Werkes nötigen Rechte, sowie um die Höhe und die Form des Verfasserhonorars.

Wie wir wissen, hat der Autor die alleinige Verfügungsgewalt über seine geistigen Erzeugnisse. Der Verleger muß daher zuerst

---

[1]) Preis und Auflagenhöhe bedingen sich gegenseitig. Unten (S. 78) wird darauf näher eingegangen.

das Verlagsrecht erwerben, d. h. das Recht, das Werk des Autors vervielfältigen und vertreiben zu dürfen. Zu diesem Zweck schließt er mit dem Autor einen Verlagsvertrag. Der Verleger erwirbt dadurch das alleinige Recht, aber auch die Pflicht zur Vervielfältigung und Verbreitung des betreffenden Werkes. Wo es dem Verleger geboten erscheint, das unbeschränkte Verfügungsrecht über ein Werk zu haben, hat er vom Autor das Urheberrecht zu erwerben. Bei der Herausgabe sogenannter freier Werke, die keinen urheberrechtlichen Schutz mehr genießen, entfällt der Erwerb von Verlags- bzw. Urheberrechten.

Der Verlagsvertrag regelt auch die Frage des Honorars. Die Bemessung seiner Höhe, die Art der Berechnung sowie der Zahlungsmodus sind außerordentlich verschieden. Die Höhe des Honorars, das der Verleger zu zahlen gewillt ist und das er bezahlen kann, hängt von den sonstigen Kosten und von der Absatzfähigkeit und dem erzielbaren Ladenpreis des Werkes ab. Über die Qualität der Leistung des Autors wird ja mit der Höhe des Honorars kein Urteil gefällt. Es kommt auch vor, daß der Autor kein Honorar erhält: so z. B. bei Werken, deren Veröffentlichung der Autor besonderen Wert beimißt, die aber nur einen geringen Absatz erwarten lassen, so daß die für die Herausgabe aufgewendeten Gelder nicht mehr herausgewirtschaftet werden können. Unter Umständen wird der Autor dann sogar einen Zuschuß zu den Herstellungskosten leisten.

Die Art der Honorarberechnung ist ebenfalls sehr verschieden. Der Autor erhält z. B. eine bestimmte Vergütung für jedes abgesetzte Exemplar, wobei unter Umständen für den Absatz eines bestimmten Teiles der Auflage garantiert wird, oder er erhält eine Vergütung für jedes gedruckte Exemplar einer Auflage; oder das Honorar wird berechnet pro Druckbogen mit oder ohne Bezugnahme auf die Höhe der Auflage. Häufig wird auch ein Pauschalbetrag für die ganze zu druckende Auflage oder eine einmalige Abfindungssumme für die erste und alle voraussichtlich noch erscheinenden Auflagen vereinbart. Eine besondere Art der Vergütung ist die Beteiligung des Autors am Reingewinn des Buches (Conto à meta). Diese Art wird häufig dann vereinbart, wenn der Autor selbst die Herstellungskosten ganz oder teilweise trägt.

Hinsichtlich des Zahlungsmodus läßt sich folgendes sagen: Die

Bezahlung des Honorars erfolgt in der Regel in Geld. Dazu kommt noch die Lieferung einer bestimmten Anzahl sogenannter Freiexemplare an den Verfasser. Das vereinbarte Honorar wird zum Teil auf einmal in einer Summe ausbezahlt, zum Teil auch in Teilbeträgen zu verschiedenen Zeitpunkten. Der Termin der Ausbezahlung wird ebenfalls sehr unterschiedlich festgesetzt. Am häufigsten erfolgt die Bezahlung bei Ablieferung des druckfertigen Manuskriptes an den Verleger oder nach Beendigung des Druckes. Oft gewährt der Verleger dem Verfasser schon vor Ablieferung des Manuskriptes Vorschüsse, andererseits wird die Bezahlung des Honorars erst nach Absatz einer bestimmten Anzahl von Exemplaren vorgenommen. Es ergeben sich hier eine Reihe von Möglichkeiten und Kombinationen.

Mit dem Abschluß des Verlagsvertrags ist der erste Schritt zur Umformung eines geistigen Erzeugnisses in eine Ware, zur Ummünzung geistigen Gutes in Geld getan.

2. Verleger und technische Hersteller

Nach Erwerb des Verlagsrechtes und nach Ablieferung des Manuskriptes an den Verleger kann dieser die technische Herstellung des Buches in die Wege leiten.

Das Buch ist technisch gesehen ein Druckerzeugnis; das geistige Erzeugnis des Autors, das dieser in Form eines Manuskriptes dem Verleger zur Umwandlung in eine marktfähige Ware übertragen hat, wird durch ein Druckverfahren vervielfältigt. Das Buch verläßt die Druckpresse in einzelnen Bogen. Es wird aber heute in der Regel nicht mehr in losen, bedruckten Papierbogen gehandelt, sondern gebunden, d. h. die einzelnen Papierbogen werden vom Buchbinder gefalzt, geheftet und mit einem Umschlag oder Einband versehen. Bei der technischen Herstellung des Buches wirken also in erster Linie der Buchdrucker und der Buchbinder mit. Dazu kommen unter Umständen noch Künstler, Photographen, graphische Kunstanstalten, sofern dem Buch Illustrationen beigegeben werden oder sein Äußeres mit Buchschmuck versehen wird.

Der Verleger steht über allen diesen technischen Mitarbeitern. Er ist ihr Auftraggeber. Sie führen den Auftrag des Verlegers in

ihren eigenen Betrieben selbständig aus. Aber der Verleger behält sich die Möglichkeit vor, auch den technischen Herstellungsgang weitgehend zu beeinflussen.

Der besseren Anschaulichkeit halber soll die Tätigkeit des Verlegers beim technischen Herstellungsprozeß des Buches ebenfalls kurz betrachtet werden. Bereits in Verbindung mit der Manuskriptprüfung stellt der Verleger mindestens in größeren Zügen Erwägungen darüber an, welches Aussehen die materielle Form des zu einer Ware umzugestaltenden geistigen Erzeugnisses erhalten soll. Dabei wird er berücksichtigen, daß Inhalt und äußere Form aufeinander abgestimmt werden. Bei der Inangriffnahme der Herstellung ist es jedoch erforderlich, diese allgemeinen Erwägungen bis ins einzelne zu spezialisieren: Der Verleger hat das Format des Buches, das des Schriftbildes und die zum Satz zu verwendende Schrift nach Charakter und Größe zu bestimmen. Dabei wird er auch auf die Wünsche des Autors nach Möglichkeit eingehen. Danach kann der Umfang des ganzen Werkes berechnet werden. Die weitere Aufgabe des Verlegers ist es dann, das für den Druck notwendige Papier zu beschaffen. Die Menge des benötigten Papiers wird nach dem errechneten Umfang des Buches und der Höhe der geplanten Auflage bemessen. Das Papier bezieht der Verleger meist vom Papierfabrikanten direkt, bei Bedarf kleinerer und nicht in besonderer Qualität anzufertigender Mengen vielfach vom Papiergroßhändler. Das Verhältnis des Verlegers zum Papierlieferanten ist das des Kunden zum Lieferanten, ein „Kaufverhältnis". Beide sind selbständige, voneinander unabhängige Unternehmer. Der Verleger verbindet mit der Auftragserteilung seine Forderung hinsichtlich der Qualität: Färbung, Format und bestimmtes Gewicht des Papiers. Jedoch auf die Herstellung des von ihm bestellten Papiers hat er keinen Einfluß.

Anders ist das Verhältnis des Verlegers zum Buchdrucker. Wohl ist auch der Buchdrucker ein wirtschaftlich selbständiger, vom Verleger an und für sich unabhängiger Unternehmer. Aber der Zusammenhang zwischen Verleger und Buchdrucker ist enger als zwischen Verleger und Papierlieferant, denn der Verleger hat einen weitgehenden Einfluß auf den technischen Vorgang bei der Drucklegung des Buches. Wie oben ausgeführt wurde, bestimmt er Schrifttype, Satzanordnung und Seitengröße, er korrigiert die Satz-

abzüge, erteilt die Druckgenehmigung und überwacht den Druck. Während des Satz- und Druckvorganges bleibt also der Verleger in enger Verbindung mit dem Buchdrucker. Die ganze Druckarbeit ist dem Verlegerwillen untergeordnet. Besonders deutlich wird der enge Zusammenhang zwischen Verleger und Buchdrucker dann, wenn, was meist geschieht, der Verleger dem Buchdrucker den zur Fertigstellung des Buches wichtigsten Rohstoff, das Papier, liefert. Auch stellt er dem Drucker, wenn das zu druckende Buch mit Bildern, Karten u. ä. ausgestattet wird, die für den Druck der Bilder usw. notwendigen Druckstöcke zur Verfügung.

So läßt sich über das Verhältnis des Verlegers zum Buchdrucker kurz zusammenfassend sagen: „Die Beziehung der Buchdruckerei zum Verlag stellt sich als ein Werkverhältnis dar, bei welchem der Einfluß des Bestellers auf den Herstellungsgang in der Regel ein ziemlich bedeutender ist, jedoch so, daß trotzdem die wirtschaftliche Selbständigkeit des Druckers gewahrt bleibt[1])."

Der Vollständigkeit halber sollen auch von unserer oben gegebenen Darstellung abweichende Fälle Erwähnung finden: Der Buchdrucker beschafft zuweilen selbst das Papier und die Druckstöcke, unterstützt den Verleger bei der Besorgung des Ausstattung, kurz, er wird zum Berater des Verlegers in den Herstellungsfragen. Nicht selten unterstützt der Buchdrucker den Verleger finanziell und gibt ihm durch Gewährung eines Kredits die Möglichkeit, ein bestimmtes Buch zu verlegen.

Bei Verlagswerken, denen Bilder, Karten u. ä. beigegeben werden, hat der Verleger außerdem noch für die Beschaffung von Bildvorlagen, Photographien und Zeichnungen zu sorgen, sofern dazu nicht der Autor selbst durch Verlagsvertrag verpflichtet ist. Obliegt die Beschaffung der Vorlagen dem Verleger, so muß er zu diesem Zweck mit Photographen und Künstlern in Beziehung treten und sich von ihnen Photographien bzw. Zeichnungen u. ä. anfertigen lassen. Zugleich mit dem Bild muß er wiederum das Recht der Vervielfältigung erwerben. Der Erwerb dieser Rechte ist geregelt durch das Verlagsrecht-Gesetz und das Gesetz betr. das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie vom

[1]) Pustet, F.: Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Verlagsbuchhandel und Buchdruckgewerbe in der Gegenwart. München 1923, S. 35.

9. 1. 1907. Von den beschafften Bildvorlagen läßt der Verleger durch graphische Kunstanstalten Druckstöcke anfertigen, die er dann dem Buchdrucker zur Verwendung für das zu druckende Buch übergibt. Einfacher gestaltet sich die Beschaffung des Bildermaterials, wenn gleich geeignete Druckstöcke gekauft oder entliehen werden können.

Nach Beendigung des Druckes liefert der Buchdrucker die losen Druckbogen an den Buchbinder. Dieser ist das letzte Glied im technischen Herstellungsprozeß des Buches. Der Buchbinder steht ebenfalls in einem Auftragsverhältnis zum Verleger. Auch er ist bis zu einem gewissen Grade bei seiner Arbeit dem Verlegerwillen untergeordnet. Der Verleger bestimmt die Art und Ausstattung des Einbandes. Oft läßt er durch Künstler Entwürfe zu Einbänden fertigen, nach denen der Buchbinder die Einbände herzustellen hat. Die dazu benötigten Druckstöcke oder Prägestempel der Einbandentwürfe besorgt ebenfalls der Verleger und stellt sie dem Buchbinder zur Verfügung. Von der Werkstatt des Buchbinders wandert das gebundene Buch in das Lager des Verlegers. Der technische Herstellungsprozeß des Buches ist damit beendet.

Ziehen wir zum Schluß kurz noch einen Vergleich mit dem industriellen Produzenten, um so die eigenartige Stellung des „Buchproduzenten“ noch deutlicher herauszustellen. Der industrielle Produzent, der eine Ware für den Markt fertigstellt (der Endfabrikant), „beginnt seine wirtschaftliche Tätigkeit mit der Übernahme des Rohstoffes oder eines Zwischenfabrikates seiner Ware zur Fertigstellung; der Endfabrikant ist also das letzte, abschließende Glied in einer Kette wirtschaftlich gewissermaßen in sich abgeschlossener Produktionsstadien; die einzelnen Glieder des Gesamtproduktionsprozesses arbeiten hier größtenteils auf eigenes Risiko und mehr oder weniger nach eigenen Intentionen“[1]). Anders bei der Buchproduktion. Beim Produktionsprozeß des Buches arbeiten die einzelnen Produzenten nicht unabhängig voneinander und tragen auch nicht das Unternehmungsrisiko für die von ihnen hergestellte Ware. Das besagt nicht, daß nicht auch die einzelnen technischen Hersteller der Buchware als selbständige Unternehmer ein Unternehmungsrisiko zu tragen haben. Sie gehen jedoch kein

[1]) Beck, H.: A. a. O. S. VII—VIII.

Risiko ein bei der Herstellung eines Buches im Auftrag des Verlegers. Denn hier handelt es sich um eine dem Verleger gehörende und sein Unternehmungsrisiko belastende Ware. Die technischen Hersteller sind nur Ausführende seines Willens.

b) Der Verlag und der vertreibende Buchhandel

1. Die Stellung des Verlags zum vertreibenden Buchhandel

Die Zweige des vertreibenden Buchhandels

Nach der Besorgung der technischen Herstellung der Buchware erwächst dem Verleger als weitere Aufgabe die des Vertriebs dieser Ware. Dazu zwingt ihn — als Unternehmer — nicht nur sein eigenes Interesse am Absatz seiner Produkte, sondern er ist zum Vertrieb auch im Interesse des Verfassers verpflichtet. Durch den Verlagsvertrag hat der Verleger — wie gesagt — nicht nur das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung eines Werkes erworben, sondern auch zugleich die Pflicht dazu übernommen.

Zum Vertrieb seiner Ware bedient sich der Verleger heute zum größten Teil des vertreibenden Buchhandels[1]). Während in früheren Zeiten Verleger und vertreibender Buchhändler in einer Person vereinigt waren, hat sich im Laufe der Entwicklung eine Trennung von Verleger und vertreibendem Buchhändler vollzogen. Die Ausweitung des Buchbedarfs, die wachsende Buchproduktion und im Zusammenhang damit die Herausbildung immer komplizierterer und unübersichtlicherer Absatzverhältnisse zwang zu einer Arbeitsteilung. Der Vertrieb der Buchware entwickelte sich zu einem selbständigen Gewerbe. Das schließt jedoch keineswegs aus, daß der Verleger nicht selten auch heute noch den Vertrieb der von ihm herausgebrachten Werke selbst in die Hand nimmt und daß er außer an den vertreibenden Buchhandel auch direkt an den Konsumenten liefert. Nicht selten ist dem Verlag eine besondere Vertriebsabteilung, etwa in Form einer Versandbuchhandlung, angegliedert, oder der Verleger ist wie früher zugleich noch ver-

[1]) Den folgenden Ausführungen sind die Verhältnisse des deutschen Buchhandels zugrunde gelegt.

treibender Buchhändler. Der direkte Vertrieb an den Konsumenten ist am ehesten möglich bei einem Spezialverlag, dessen Produktion sich an einen mehr oder weniger genau abgrenzbaren Abnehmerkreis wendet, wie z. B. bei einzelnen wissenschaftlichen Spezialverlagen. Doch auch bei solchen Verlagen ändert sich der Abnehmerkreis bei jedem neu erscheinenden Buch, so daß auch sie die Unterstützung des vertreibenden Buchhandels brauchen. Sobald der Abnehmerkreis für die Produktion eines Verlages aber nicht klar erfaßbar und theoretisch unbeschränkt groß ist, wie etwa beim belletristischen Verlag, wäre für den direkten Verkauf an den Konsumenten ein komplizierter Vertriebsapparat vonnöten. Zudem ist der Bedarf an Büchern zum großen Teil nur latent vorhanden. Er kann aber leichter zu einer akuten Nachfrage umgestaltet werden, wenn die Ware den Konsumenten unmittelbar vor Augen gebracht wird und so selbst einen Kaufanreiz auszuüben vermag. Da außerdem der Interessentenkreis für jedes Buch räumlich außerordentlich zersplittert ist — die zu werbenden Abnehmer können räumlich mindestens über das ganze Sprachgebiet hin verteilt wohnen —, erfordert der Vertrieb der Buchware ein Netz von Vertriebstätten, mit Hilfe dessen die Buchware an die Konsumenten leichter herangebracht werden kann. Auch von der Konsumtionsseite her gesehen, ergibt sich die Notwendigkeit zur Schaffung besonderer Vertriebstellen. Der großen Zahl von Produktionsstätten des Buches — 1932 wurden in Deutschland rund 4000 Verlage gezählt[1]) — und der ungeheuren, täglich wachsenden Fülle neuer Produkte stünde der einzelne Interessent, wenn besondere Vertriebstellen nicht vorhanden wären, hilflos gegenüber. In vielen Fällen wäre der Interessent nicht in der Lage, den oder die Verleger der ihn interessierenden Bücher festzustellen, um dort seinen Bedarf zu decken, ganz abgesehen davon, daß er häufig keinen Überblick über die ihn interessierenden Literaturgebiete haben würde.

Die Aufgabe, die Buchware an den Konsumenten heranzubringen und überall Vertriebstätten zu unterhalten, die dem einzelnen

---

[1]) Im Adreßbuch des deutschen Buchhandels 1933 wurden 2634 reine Verlagsfirmen und 1301 sog. gemischte Betriebe (Verlagsfirmen mit angegliedertem Sortiment oder Sortimentsfirmen, die nebenher einen Verlag betreiben) in Deutschland gezählt.

Konsumenten grundsätzlich jedes Buch aus jedem Verlag vorzulegen in der Lage sind, hat der vertreibende Buchhandel übernommen. Doch damit erübrigt es sich für den Verleger keinesfalls, selbst auch neben der Vertriebsarbeit des vertreibenden Buchhandels und zu dessen Unterstützung Maßnahmen zu ergreifen, um für seine Bücher beim Konsumenten direkt zu werben. Denn jedes einzelne Werk, das der Verleger an den Markt bringt, erfordert seinem Charakter entsprechend eine ganz individuelle Werbung, und bei der Fülle und Verschiedenartigkeit der auf dem Büchermarkt erscheinenden Bücher ist es dem vertreibenden Buchhandel nicht möglich, sich für jedes einzelne Buch in einem Umfang einzusetzen, wie es im Interesse seines Verlegers und seines Autors gelegen ist. Der Verleger wendet sich daher bei seiner Werbung auch an den Bücherkäufer selbst. Es stehen ihm dazu in der Hauptsache folgende Mittel zur Verfügung: Buchbesprechungen in Zeitungen und Zeitschriften, deren Redaktionen er durch Übersendung von „Rezensionsexemplaren" zu kritischer Beurteilung veranlaßt, Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften, sowie in seinen eigenen Verlagswerken, Versendung von Prospekten und Katalogen an die in Frage kommenden Interessentenkreise, Buchausstellungen u. ä.

Der vertreibende Buchhandel gliedert sich in einzelne Zweige, die auf verschiedenen Wegen das Buch an den Konsumenten heranbringen. Der wichtigste Zweig des vertreibenden Buchhandels ist der Sortimentsbuchhandel. „Er befaßt sich mit dem direkten Verkauf der vom Verlagsbuchhandel produzierten Werke an das Publikum. Er führt ein Lager (Sortiment) der in verschiedenen Verlagshäusern erschienenen Werke[1])." Die einzelne Sortimentsbuchhandlung besorgt außerdem dem Buchkonsumenten auch jedes nicht am Lager befindliche Buch. Durch den direkten Verkehr des Sortimenters mit dem Bücherkäufer steht er in einem viel engeren Konnex mit ihm als der Verleger. Er kann die Wünsche und Bedürfnisse des bücherkaufenden Publikums unmittelbar entgegennehmen. Der Verleger dagegen ist auf mittelbare Beobach-

[1]) Fischer, Gustav: Grundzüge d. Org. d. dt. Buchh. Jena 1903, S. 61.

tungen und auf die Anregungen, die ihm von seiten des Sortimentsbuchhandels zugehen, angewiesen.

Im Adreßbuch des deutschen Buchhandels 1933 wurden für Deutschland allein 4745 reine Sortimentsbuchhandlungen und 1301 sogenannte gemischte Betriebe[1]) gezählt. Damit steht dem Verlag ein großes Netz von Vertriebstätten zur Verfügung. Es ist ihm so ermöglicht, seine Produkte bis in die kleinsten Städte an die Interessenten gelangen zu lassen. Der einzelne Verleger kann grundsätzlich mit allen Sortimentern in Verkehr stehen. Doch wie sich innerhalb des Gesamtverlags im Laufe der Zeit eine Spezialisierung in Verlage verschiedener Richtung herausgebildet hat, so entstanden auch innerhalb des Sortimentsbuchhandels Spezialsortimente für den Vertrieb bestimmter Buchgattungen, so z. B. namentlich für den Vertrieb wissenschaftlicher Literatur. Diese Spezialsortimente sind jedoch ebenfalls in der Lage, auch Bücher anderer Richtung, als sie in der Hauptsache vertreiben, zu besorgen. Die Spezialisierung innerhalb des Sortimentsbuchhandels bietet dem entsprechenden Spezialverlag den „Vorteil", nur mit einer beschränkten Zahl von Vertriebstellen einen regelmäßigen Verkehr unterhalten zu müssen und den weiteren, Vertriebstätten zu haben, die sich für den Vertrieb seiner Verlagswerke mit besonderer Intensität einsetzen können. Dem Verlag von allgemein interessierenden Werken liegt jedoch sehr viel an einer möglichst großen Zahl von Vertriebstellen, und er benützt daher unter Umständen noch solche außerhalb des zünftigen Buchhandels: Schreib- und Papierwarenhandlungen, Zeitungsverkaufstellen u. a., sog. „Auchbuchhändler"[2]), buchhändlerische Wiederverkäufer, die Bücher neben anderen Waren mitvertreiben.

Neben dem Sortimentsbuchhandel gibt es noch weitere Zweige des Buchhandels, die sich ausschließlich dem Büchervertrieb widmen. Da ist zunächst der Reisebuchhandel. Er unterscheidet

---

[1]) Das sind Verlage mit angegliedertem Sortiment oder umgekehrt Sortimentsbuchhandlungen mit angegliedertem Verlag.

[2]) Die Zahl der buchhändlerischen Wiederverkäufer, die beliefert werden dürfen, ist durch die Reichskulturkammer-Gesetzgebung von 1933 beschränkt. Zum Teil dürfen sie auch nur mit Büchern bestimmter Richtung beliefert werden. Sie müssen in eine „Stammrolle", der Abteilung IV des Adreßbuches d. dt. Buchhandels, aufgenommen sein.

sich vom Sortimentsbuchhandel insofern, als er kein Ladengeschäft betreibt. Der Reisebuchhändler sucht seine Abnehmer persönlich auf, um ihnen die Ware anzubieten. Durch den Reisebuchhandel werden vor allem größere Sammelwerke, z. B. Konversationslexika, Klassikerserien, Handbücher u. ä. vertrieben. Er ermöglicht dem Verleger dieser Werke oft erst die Lieferung solcher größeren Werke zu einem marktfähigen Preise, da er das Unternehmungsrisiko des Verlegers durch größere Kaufabschlüsse vor oder bei Beginn des Erscheinens verringert.

Einen weiteren Vertriebszweig stellt der Versandbuchhandel dar. Im Gegensatz zum Reisebuchhandel sucht der Versandbuchhandel seine Abnehmer nicht persönlich auf, sondern er bringt seine Angebote an Kunden und Interessenten durch Übersendung von Werbedrucksachen, wie Prospekten, Katalogen usw., heran. Seine Stellung zum Bücherkäufer kommt der Stellung des Verlegers zum Buchkonsumenten nahe.

Zu erwähnen sind in diesem Zusammenhang noch der Bahnhofsbuchhandel und der Warenhausbuchhandel[1]). Der Bahnhofsbuchhandel vertreibt neben Zeitungen in der Hauptsache unterhaltende Schriften und aktuelle Bücher. Der Warenhausbuchhandel widmet sich neben dem Vertrieb neu erscheinender Bücher zum guten Teil dem Verkauf von Restposten von Auflagen. Es kommt für ihn vor allem darauf an, billige Massenartikel zu vertreiben.

Für Verkäufe von Auflagenresten kommt außerdem noch das moderne Antiquariat in Frage.

Alle diese einzelnen Zweige des vertreibenden Buchhandels treten, in der Gesamtheit gesehen, an Bedeutung hinter dem Sortimentsbuchhandel zurück. Sie spielen auch nur eine Rolle für Verleger, die ihre Produktion eigens auf den Vertrieb durch diese Zweige des Buchhandels abgestellt haben oder sich ihrer von Fall zu Fall bedienen.

Der Großhandel als Zwischenglied zwischen Produzent und Einzelhandel ist im Buchhandel verhältnismäßig schwach vertreten. Der Absatz der Buchware erfolgt zum größten Teil vom Produ-

[1]) Die Tätigkeit des Warenhausbuchhandels wie der Warenhäuser überhaupt wird heute aus wirtschaftspolitischen Gründen beschränkt. In diesem Zusammenhang braucht darauf nicht näher eingegangen zu werden.

zenten, dem Verleger, aus ohne Zwischenglied an den Kleinhändler, in der Hauptsache an den Sortimenter. Die Verteilung der Ware im Buchhandel vom Verleger an die einzelnen Händler ist durch besondere organisatorische Einrichtungen gewährleistet und damit der Großhandel als Verteiler zwischen Produzent und Kleinhändler nicht erforderlich.

Die wenigen Großhandelsunternehmungen im Buchhandel sind das Barsortiment, das Grossosortiment und das Vereinssortiment. Das Barsortiment hat seinen Namen daher, daß es ursprünglich nur gegen bar verkaufte. Es ist ein Sortiment großen Umfanges, das alle gangbaren Bücher auf Lager hält und an den Sortimenter, nicht aber an den Konsumenten direkt, zu denselben Bedingungen wie der Verleger liefert. Es zieht seinen Verdienst hauptsächlich aus dem Unterschied, der sich aus dem vom Verleger höher rabattierten Bezug in größeren Mengen und dem weniger günstigen Einzelbezug ergibt. Das Barsortiment entstand ursprünglich aus dem Bedürfnis des Sortiments, die Bücher, die in damaliger Zeit nur broschiert geliefert wurden, gebunden beziehen zu können[1]). Das Barsortiment bezog die broschierten Bücher vom Verlag und ließ sie als Dauerauftraggeber von Buchbindereien zu Vorzugspreisen binden; auch daraus zog es einen Verdienst. Die „Vorteile", die das Bestehen des Barsortiments gewährt, bestehen in der Hauptsache in einem raschen und vereinfachten Bezug von Büchern und kommen in erster Linie dem Sortiment zugute. Indem es häufig dem Sortiment Kredit gewährt, hat es sich bis zu einem gewissen Grade auch zu einem Bankier des Sortiments entwickelt. Für den Verlag bietet es den „Vorteil" des Verkehrs mit nur wenigen Großabnehmern und dadurch der Ersparung von Spesen für die sonst notwendigen vielen kleinen Einzelsendungen. Dem tritt aber der „Nachteil" gegenüber, daß der Verleger die Fühlung mit seinen Abnehmern verliert und er nicht mehr genau feststellen kann, wo ein Buch bisher Absatz gefunden hat[2]).

Das Grossosortiment spielt dieselbe Rolle wie das Barsortiment gegenüber dem Sortimentsbuchhandel, aber den buchhändlerischen Wiederverkäufern gegenüber.

---

[1]) Vgl. Fischer, G.: A. a. O. S. 78.
[2]) Vgl. Fischer, G.: A. a. O. S. 79 f.

Das Vereinssortiment unterscheidet sich vom Barsortiment nur insofern, als es als eine vom Sortiment geschaffene genossenschaftliche Einrichtung die Vorteile der Barsortimentseinrichtung den Sortimentsbuchhändlern eines bestimmten Bezirks zugute kommen lassen will, während das Barsortiment nur an den buchhändlerischen Hauptverkehrsplätzen vertreten ist[1]).

2. Der Verkehr des Verlags mit dem vertreibenden Buchhandel, vor allem mit dem Sortimentsbuchhandel

Für den Verkehr mit dem weitverzweigten Vertriebsapparat, den der vertreibende Buchhandel darstellt, haben sich im Laufe der Entwicklung bestimmte Gewohnheiten und Normen und eine bestimmte Technik herausgebildet, deren Kenntnis zum Verständnis des Geschäftsganges und des Geldumwandlungsprosses, der sich in der Buchverlagsunternehmung abspielt, notwendig ist. Daher soll hier wenigstens in großen Zügen auf die Art und Technik des Verkehrs zwischen Verlag und vertreibendem Buchhandel eingegangen werden.

Liefert der Verleger nicht direkt an den Konsumenten, sondern über den vertreibenden Buchhandel, so daß dem Verleger zunächst der vertreibende Buchhandel als unmittelbarer Käufer gegenübersteht, so ergibt sich für ihn die Aufgabe, zuerst den vertreibenden Buchhandel für den Vertrieb seiner Produkte zu gewinnen, bei ihm zu werben. Der Werbung des einzelnen Verlegers für seine Produkte kommt um so größere Wichtigkeit zu, je größer die Fülle der Buchproduktion ist. Die Werbung gestaltet sich dem vertreibenden Buchhandel gegenüber einfacher als dem Konsumenten gegenüber. Als Mittel der Werbung kommen hauptsächlich Anzeigen in buchhändlerischen Fachblättern, namentlich im „Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel“ in Betracht. Eine Anzeige in diesem Organ erreicht den gesamten in Frage kommenden vertreibenden Buchhandel. Für eine intensivere Werbung, besonders wenn nur ein beschränkter Kreis von Sortimentern bearbeitet wer-

[1]) Vgl. Fischer, G.: A. a. O. S. 82.

den soll, ist außerdem der Versand von Prospekten und Rundschreiben geeignet. Zahlreiche Verleger werben beim vertreibenden Buchhandel durch Vertreterbesuche. Die Werbung des Verlegers bei den Sortimentsbuchhändlern verstärkt sich vor oder bei Erscheinen neuer Werke oder vor besonderen Anlässen, wie z. B. vor dem Weihnachtsfest usw. Diese Werbemaßnahmen sucht der Verleger durch Gewährung günstiger Rabatte wirksamer zu gestalten. So gewährt er in der Mehrzahl der Fälle für Vorausbestellungen auf Neuerscheinungen und für umfangreichere Bestellungen einen höheren Rabatt als für Bestellungen kleineren Umfanges und für solche auf Einzelexemplare. Als ein solcher Rabatt ist auch die Gewährung von Freiexemplaren bei Bezug einer bestimmten Anzahl von Exemplaren anzusehen[1]).

Der Verkehr zwischen Verleger und vertreibendem Buchhandel ist in einer „Verkehrsordnung“ (1. Fassung vom 28. 4. 1888), heute in der „Buchhändlerischen Verkehrsordnung“ vom 8. 6. 1935 geregelt. Diese Verkehrsordnung ist für alle Buchhändler und buchhändlerischen Wiederverkäufer verbindlich, und zwar als dispositives Recht, so daß unmittelbare Vereinbarungen zwischen einzelnen Firmen den Bestimmungen der Verkehrsordnung vorgehen (§ 2). Die Bestimmungen der Verkehrsordnung sind als Handelsbrauch anzusehen.

In der „Buchhändlerischen Verkehrsordnung“ werden bestimmte Lieferungsformen unterschieden und Bestimmungen über die buchhändlerische Abrechnung gegeben.

Die im Buchhandel üblichen Lieferungsformen sind folgende:

1. Die „Bedingtlieferung“, auch Lieferung „à Condition“, Lieferung „in Kommission“ oder „Conditionsgeschäft“ genannt.
2. Die Lieferung in „fester Rechnung“.

Die Bedingtlieferung besteht darin, daß der Verleger dem Sortimenter[2]) seine Verlagswerke, namentlich seine Neuerscheinungen, liefert mit dem Recht, sie bis zu einem bestimmten Termin zurückzuschicken, wenn sie bis dahin nicht verkauft

---

[1]) Z. B. 7/6, d. h. auf 6 Exemplare 1 Freistück, oder 11/10, 13/12 u. ä.

[2]) Wir beschränken uns im folgenden auf den Verkehr mit dem Sortimentsbuchhandel als dem wichtigsten Zweig des vertreibenden Buchhandels.

werden konnten. Die bedingte Lieferung erfolgt entweder auf ausdrückliche Bestellung des Sortimenters oder, allerdings zum kleineren Teil, auch „unverlangt". Die unverlangte Lieferung erfolgt nur an Firmen, die mit dem Verleger in enger Geschäftsverbindung stehen und die unverlangte Lieferung allgemein gestatten. Bei der bedingten Lieferung behält der Verleger das Eigentum an den bedingt gelieferten Büchern. Der Sortimenter erhält jedoch das Verfügungsrecht über diese Ware bis zum Abrechnungstermin. Die Abrechnung für bedingt gelieferte Ware erfolgte ursprünglich während der alljährlich in Leipzig stattfindenden Buchhändlermesse, die mit dem Sonntag Kantate beginnt. Nach der heute geltenden Verkehrsordnung bestehen folgende Abrechnungstermine (vgl. § 31): Für „Bedingtgut", das vom Verleger in Jahresrechnung geliefert wurde, also in der Zeit vom 1. 1. bis zum 31. 12., muß bis 15. April des folgenden Jahres, für Bedingtgut, das in Halbjahresrechnung geliefert wurde, also in der Zeit vom 1. 1. bis 30. 6. bzw. vom 1. 7. bis 31. 12., muß bis 15. Oktober bzw. 15. April abgerechnet werden. Die bis zu diesem Zeitpunkt der Abrechnung verkauften Verlagswerke sind zu bezahlen, die nichtverkauften zurückzuschicken, zu „remittieren", oder, sofern es der Verleger gestattet, auf die Rechnung des folgenden Jahres bzw. Halbjahres zu übertragen, zu „disponieren". Das Disponieren wird vom Verleger nur gestattet, wenn die Aussicht besteht, daß die dem Sortimenter bedingt gelieferten und von ihm disponierten Verlagswerke noch Absatz finden. Die „Disponenden" darf der Sortimenter also noch weiterhin behalten und über sie verfügen. Über sie hat er nach einem halben bzw. nach einem Jahr mit dem inzwischen neugelieferten Bedingtgut abzurechnen.

Die Bedingtlieferung beruht auf einem besonderen Vertrauensverhältnis zwischen Verleger und Sortimenter. Daher liefert der Verleger auch nur einem beschränkten Kreise von Sortimentern bedingt, mit denen er in engem Geschäftsverkehr steht. Er ist auch nicht verpflichtet, selbst auf Bestellung des Sortimenters nicht, bedingt zu liefern. Es steht in seinem Ermessen, ob und wieviel er bedingt liefern will. Der Verleger behält bei dieser Art der Lieferung auch das Risiko, das normalerweise der Händler zu tragen hätte. Der einzelne Sortimenter, dem bedingt geliefert wurde, trägt also keinerlei Risiko an der bedingt bezogenen Ware. Es ist ihm

so ermöglicht, ein Lager aller wichtigen Neuerscheinungen zu halten, ohne beträchtliche Mittel zur Unterhaltung eines Warenlagers aufwenden und festlegen zu müssen. Für den Verleger ergibt sich dabei auf der einen Seite der „Vorteil", daß seine Verlagswerke, namentlich seine Neuerscheinungen, an den verschiedensten Plätzen vom Sortiment geführt werden und daß somit an vielen Orten Gelegenheit zum Absatz geschaffen ist. Weiterhin werden ihm, wenigstens zum Teil, vom Sortiment die notwendigen Vertriebsmaßnahmen abgenommen. Diesen „Vorteilen" stehen auf der anderen Seite auch beträchtliche „Nachteile" gegenüber: So die Belastung mit relativ hohen Versandspesen für Hin- und Rücksendung der unverkauft gebliebenen Bücher, für Sortimenter wie für Verleger. Der letztere wird weiterhin durch das Conditionsgeschäft des öfteren veranlaßt, eine höhere Auflage, als voraussichtlich abgesetzt werden kann, drucken zu lassen, um überhaupt an das in Frage kommende Sortiment bedingt liefern zu können. Als weiterer „Nachteil" wird die Dauer der Abrechnungsfristen empfunden, die vom Verleger bei der Bedingtlieferung gewährt werden müssen. Bei Bedingtlieferung in Jahresrechnung kann die Abrechnungsfrist bis zu 15½ Monaten (vom 1. 1. bis 15. 4. nächsten Jahres) betragen, eine Frist, die noch um ein weiteres Jahr verlängert wird, wenn das bis dahin nicht abgesetzte Bedingtgut vom Sortimenter disponiert werden darf. Außerdem bringt die Bedingtlieferung eine sehr erhebliche Belastung mit Abrechnungs- und Versandarbeiten mit sich. Ein großer Teil der zurückgeschickten Bücher, der „Remittenden", kommt in nichtverkaufsfähigem Zustand an den Verleger zurück. Durch das Wiederinstandsetzen dieser Bücher erwachsen ihm oft beträchtliche Unkosten.

Bei der Lieferung in fester Rechnung liegt ein regulärer Kauf vor. Für diese Lieferungen hat der Sortimenter — im Gegensatz zu den Bedingtlieferungen — kein Rückgaberecht. Dieser Festbezug erfolgt entweder in Zielrechnung (in „offener Rechnung") oder gegen bar. Ursprünglich brauchte die Bezahlung der gegen Ziel festbezogenen Bücher vom Sortimenter ebenso wie die der bedingt bezogenen Bücher erst bis zur Ostermese des folgenden Jahres geleistet zu werden. Der Sortimenter genoß also auch beim festen Bezug unter Umständen je nach dem Zeitpunkt der Bestellung bis zu 15½ Monate lang Kredit. Heute haben sich kürzere

Kreditfristen eingebürgert, die der Vereinbarung zwischen Verleger und Sortimenter überlassen sind. Sie bewegen sich zwischen einer Dauer von wenigen Tagen (zahlbar nach Empfang) bis zur Dauer von verschiedenen Monaten. Am gebräuchlichsten sind monatliche, viertel- und halbjährliche Abrechnung.

Die feste Lieferung erfolgt zum großen Teil nur gegen bar. Gegen bar liefert der Verleger auf ausdrücklichen Wunsch des Bestellers oder nach seinem Ermessen an solche Firmen, mit denen er nicht in regelmäßigem Geschäftsverkehr steht oder denen er keinen Kredit gewähren will. Bei Barbezug wird der zu bezahlende Geldbetrag durch Postnachnahme oder im buchhändlerischen Abrechnungsverkehr, den wir nachher noch eingehender beschreiben werden, erhoben. Da der Verleger bei Lieferung gegen bar am schnellsten sein Geld für die verkaufte Ware erhält, gewährt er in der Regel bei Barbezug einen höheren Rabatt als bei den anderen Bezugsarten. Firmen, die mit ihm in besonders engen Geschäftsbeziehungen stehen, räumt er sogenannte „Bar-Konten“ ein. Diese Firmen beziehen gegen bar mit erhöhtem Rabatt, doch nicht gegen Nachnahme des Betrages, sondern gegen Lastschrift auf dem Barkonto. Dieses Barkonto ist dann in kürzeren Fristen, meist monatlich, abzurechnen. Die Führung von Barkonten bedeutet also eine besondere Vergünstigung des Verlegers einzelnen Firmen gegenüber.

Eine Art der Lieferung in fester Rechnung ist die Lieferung gegen „bar mit Remissions-Recht“. Für einzelne Verlagswerke, die der Verleger nicht bedingt ausliefern, aber für die er dem Sortimenter doch nicht das ganze Vertriebsrisiko überlassen will, erfolgt die Lieferung in dieser Form. Der Sortimenter erhält die bestellten Verlagswerke in Zielrechnung bzw. zur Bezahlung nach Empfang oder unter Nachnahme des Betrages, aber mit dem Recht, sie nach Ablauf einer vom Verleger festgesetzten Frist wieder zurückzuschicken und sich den bezahlten Betrag wieder zurückerstatten zu lassen. Auf diese Art werden vom Verleger meist solche Verlagswerke geliefert, die infolge ihrer Kostbarkeit oder wegen ihrer geringen Auflagenhöhe nicht bedingt ausgegeben werden können.

Neben den Normen, die den Lieferungs- und Rechnungsverkehr zwischen Verlag und Sortiment regeln, wurden vom deutschen

Buchhandel im Laufe der Entwicklung zur Bewältigung dieses Verkehrs auch noch besondere organisatorische Einrichtungen geschaffen, die im folgenden, soweit es im Rahmen dieser Untersuchung tunlich ist, kurz beschrieben werden sollen.

Die Eigenart der Buchware und die verwickelten Verhältnisse am Büchermarkt erfordern vom Buchhandel beträchtliche Verkehrsleistungen. Die gewaltige organisatorische Aufgabe, die hierbei vom Buchhandel zu erfüllen ist, wird deutlich, wenn wir die Schwierigkeiten des Buchvertriebes kurz aufzeigen.

Auf der Produktionseite finden wir, wie schon ausgeführt wurde, eine große Zahl von Produktionstätten des Buches, von Verlagen, die über das ganze Land hin zerstreut sind. Die Produktion des Buches ist also, wenigstens in Deutschland, im Gegensatz zu anderen Ländern, stark dezentralisiert. Auf der anderen Seite steht ein ungeheuer differenzierter Bedarf an Büchern, vom einzelnen Verleger aus gesehen ein räumlich weit zersplitterter, nur vereinzelt sich zeigender Bedarf. Da es dem einzelnen Verleger in der Regel nicht möglich ist, mit allen für seine Produkte in Betracht kommenden Abnehmern direkt in Verbindung zu treten, andererseits auch der einzelne Buchkonsument, um seinen Bedarf zu befriedigen, nur mit einem Buchhändler in Beziehung treten will, der in der Lage ist, jedes von ihm gewünschte Buch zu beschaffen, hat sich als Zwischenglied, wie schon ausgeführt wurde, zwischen Verleger und Buchkonsument der Sortimentsbuchhandel eingeschaltet. Er stellt ein weitgespanntes Netz von Vertriebstellen für das Buch dar. So stehen sich eine große Zahl von Verlagen und eine noch größere Zahl von Sortimentsbuchhandlungen als Buchvertriebstellen gegenüber[1]). Da nun jeder einzelne aus der großen Zahl von Verlagen sich an die über das ganze Sprachgebiet zerstreut wohnenden Interessenten wenden muß, um seine Produkte absetzen zu können, besteht für ihn die Notwendigkeit, mit allen Stellen des Buchvertriebsnetzes in Beziehung treten zu können. Eine Vereinfachung ergibt sich bei Spezialverlagen, die sich in der Hauptsache auf den Verkehr mit einem kleineren Kreis von Spezial-

[1]) Nach dem Adreßbuch d. dt. Buchh. 1933 gibt es in Deutschland 2634 reine Verlagsfirmen plus 1301 gemischte Betriebe, denen 6046 Vertriebsstellen (4745 reine Sortimentsfirmen plus 1301 gemischte Betriebe) gegenüberstehen.

sortimenten beschränken können. Doch bleibt grundsätzlich die Notwendigkeit bestehen, daß jeder Verlag mit jedem Sortiment verkehren kann. Auf der anderen Seite besteht auch für die einzelne Sortimentsbuchhandlung ein gewisser Zwang, mit jedem Verlag in Verbindung treten zu können. Denn sie muß jedes von einem Buchkonsumenten gewünschte Buch beschaffen können. Dabei besteht die durch das Urheber- und Verlagsrecht geschaffene Zwangslage, daß ein bestimmtes Buch immer nur von einem einzigen Verlage bezogen werden kann, wenigstens gilt dies für den größten Teil der Buchproduktion. Zwischen den vielen Produktions- und Vertriebstätten ergeben sich also eine unendliche Fülle von Verkehrsbeziehungen. Schon um dieses Gewirr von Verkehrsbeziehungen vereinfachen und zusammenfassen zu können, ergibt sich die Notwendigkeit zur Schaffung von besonderen Einrichtungen. Dazu kommt, daß infolge des räumlich verzettelten und vereinzelt auftretenden Bedarfs auch der Wiederverkäufer, der Sortimenter, meist nur kleine Quantitäten von Büchern, oft sogar nur einzelne Exemplare von den einzelnen Verlagen beziehen kann. So ergibt sich, daß sich der Warenbezug des Sortiments vom Verlag zum größten Teil in eine unendliche Zahl von kleinen und sogar Einzelbezügen aufspaltet, die verhältnismäßig geringe Werte repräsentieren. Diese vielen geringwertigen Einzelumsätze verursachen viel Kleinarbeit und sind daher mit relativ hohen Kosten belastet. Um nun das einzelne schon an und für sich einen geringen Wert darstellende Buch nicht mit unverhältnismäßig hohen Beschaffungsspesen belasten zu müssen und damit unabsetzbar zu machen, ergibt sich ein weiterer Grund zur Schaffung einer Organisation, die den Verkehr zwischen Verlag und Sortiment verbilligt.

Eine solche Einrichtung ist der Verkehr über den Kommissionsplatz, in erster Linie über Leipzig. Dieser buchhändlerische Verkehr über Leipzig ist aus dem früheren Messeverkehr entstanden. In Leipzig trafen sich regelmäßig die Buchhändler bei der Messe zum Austausch ihrer Waren und zur gegenseitigen Abrechnung. Um nun die nach Leipzig zur Messe gebrachten Waren, soweit sie nicht abgesetzt werden konnten, nicht wieder mitnehmen zu müssen, ließen die Buchhändler sie vielfach in Leipzig bis zur nächsten Messe lagern. Die Verwaltung dieser Lager übertrugen sie Leipziger Buchhändlern, die allmählich zu buchhändlerischen

Kommissionären wurden. Sie blieben aber nicht nur reine Lagerverwalter, sondern übernahmen auch die Auslieferung von Exemplaren aus den bei ihnen eingelagerten Beständen in der Zeit zwischen den einzelnen Messen. Mit dem Aufkommen des Conditionsgeschäfts, das durch die Hin- und Rücksendung der Bücher einen vermehrten Warenverkehr brachte, trat die verkehrsvermittelnde Tätigkeit der Leipziger Buchhändler, die nun zu Kommissionären geworden waren, neben der Auslieferungstätigkeit immer mehr in den Vordergrund. Es entwickelte sich der heute noch bestehende buchhändlerische Verkehr über den Kommissionär, der dem Buchhandel sein eigenartiges Gepräge gibt.

Der Kommissionsplatz erbte aus der Zeit des alten Messeverkehrs noch ein Vorrecht. Die Buchhändler brachten damals ihre Ware selbst nach Leipzig und nahmen die erhandelte Ware von dort mit nach Hause. Der verkaufende Buchhändler trug also die Transportkosten für die Ware bis zum Messeplatz Leipzig, der kaufende Buchhändler die Kosten des Transports der gekauften Ware von Leipzig an seinen Geschäftsort. Dieser Brauch der frachtfreien Lieferung bis Leipzig hat sich bis zum heutigen Tage erhalten, nachdem Leipzig neben einem Messeplatz auch noch zu einem Kommissionsplatz geworden war. Für jede Lieferung über den Kommissionsplatz hat die Transportkosten bis zum Kommissionsplatz der Absender, von da ab der Empfänger zu tragen.

Neben Leipzig entstanden noch weitere Kommissionsplätze: in Deutschland Berlin und Stuttgart, in Österreich Wien und in der Schweiz Zürich. Leipzig kommt aber auch heute noch als Zentral-Vermittlungsplatz für den deutschen und den ihm angeschlossenen ausländischen Buchhandel die Hauptbedeutung zu.

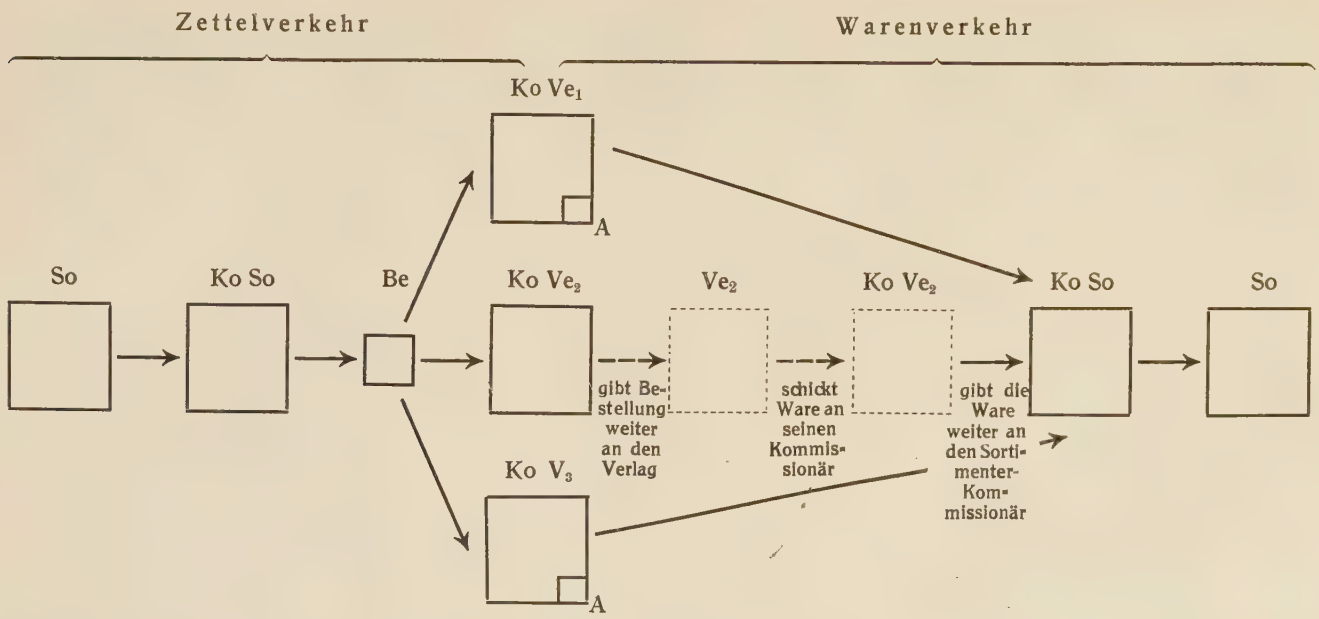
Um an den buchhändlerischen Verkehr über den Kommissionsplatz angeschlossen zu sein, muß jeder Buchhändler, Verleger wie Sortimenter, einen Kommissionär am Kommissionsplatz mit seiner Vertretung betrauen. Die Aufgabe dieses buchhändlerischen Kommissionärs ist heute in erster Linie die der Verkehrsvermittlung zwischen Verleger und Sortimenter, und zwar nicht nur die Vermittlung des Warenverkehrs, sondern auch die des Nachrichten-, des sogenannten „Zettel"verkehrs, und des Abrechnungs- und Zahlungsverkehrs. Daneben besorgt er zum Teil noch die Verwaltung der sogenannten „Auslieferungslager", die viele Verleger beim

Kommissionär unterhalten, eine Tätigkeit, die, wie oben erwähnt, ursprünglich seine Hauptaufgabe gewesen ist. Der buchhändlerische Kommissionär ist der Bevollmächtigte des Verlegers oder Sortimenters, den er vertritt, seines „Kommittenten". Er handelt in dessen Auftrag und Namen und für dessen Rechnung. Damit unterscheidet er sich vom Kommissionär im Sinne des Handelsgesetzbuches, der in eigenem Namen auf Rechnung des Kommittenten handelt. Ein Kommissionär kann gleichzeitig eine Reihe von Verlegern und Sortimentern vertreten. In Leipzig werden von 48 Kommissionsfirmen 8305 reichsdeutsche und ausländische Verlags- und Sortimentsbuchhandlungen vertreten[1]). Für seine Tätigkeit erhält der Kommissionär von dem durch ihn vertretenen Buchhändler eine Vergütung in Form bestimmter Gebühren.

Der Verkehr über den Kommissionär geht in folgender Weise vor sich: Der Sortimenter, der bei verschiedenen Verlegern Bücher bestellt, schickt die einzelnen Bestellungen („Verlangzettel") — statt einzeln durch die Post direkt an die verschiedenen Verleger — in einem „Sammelbrief" an seinen Kommissionär. Darin liegt die erste Ersparnis an Portokosten. Der Kommissionär verteilt diese Verlangzettel an diejenigen Kommissionäre, die die betreffenden Verleger vertreten und an die die Bestellungen gerichtet sind, sofern er nicht selbst gleichzeitig Kommissionär des einen oder anderen Verlegers ist. Zur Verteilung bedient er sich in Leipzig der „Bestellanstalt des Vereins der Buchhändler zu Leipzig". Die Bestellungen werden nun von den einzelnen Verleger-Kommissionären ausgeführt. Soweit die betreffenden Verleger bei ihnen Auslieferungslager unterhalten, erfolgt die Erledigung der Bestellung sofort, im anderen Falle schickt der Verleger-Kommissionär die Bestellung des Sortimenters weiter an den von ihm vertretenen Verleger und erhält von diesem die bestellte Ware. Die einzelnen Verleger-Kommissionäre geben die bestellten Bücher nun an den Sortimenter-Kommissionär weiter. Dieser sammelt die einzelnen Lieferungen und schickt sie in „Ballen" gesammelt — eine weitere Ersparnis an Transportkosten — an den von ihm vertretenen Sortimenter. Eine graphische Darstellung soll den Weg der Bestellung bzw. der Ware verdeutlichen (s. folgende Seite).

---

[1]) Siehe Adreßbuch d. dt. Buchh. 1933.



So = Sortimenter Be = Bestellanstalt Ve = Verleger A = Auslieferungslager
Ko So = Kommissionär des Sortimenters Ko Ve = Kommissionär des Verlegers.

Auf dieselbe Weise vollzieht sich der Verkehr vom Verleger aus. Er schickt, sofern er nicht in Leipzig selbst ausliefern läßt, die an die verschiedenen Sortimenter gerichteten Sendungen („Beischlüsse") gesammelt an seinen Kommissionär (Frachtersparnis!). Dieser verteilt die einzelnen Sendungen durch die „Paket-Austauschstelle des Vereins der Buchhändler zu Leipzig" an die empfangenden Sortimenter-Kommissionäre, die sie, wie bei den Sendungen der ausliefernden Verleger-Kommissionäre (s. oben), mit anderen Sendungen zusammen ebenfalls gesammelt in Ballen an die von ihnen vertretenen Sortimenter schicken. Eine weitere Ersparnis an Transportkosten bringt die Sammelbeförderung der Ballensendungen der einzelnen Kommissionäre an die Sortimenter bestimmter Städte oder Gegenden in den sogenannten „Bücherwagen", die zwischen Leipzig und einer Anzahl Städte zum Teil täglich, zum Teil im Abstand von mehreren Tagen verkehren.

Die Versendung von Rundschreiben, Prospekten, Abrechnungsformularen usw., von Meldungen vom Verlag an das Sortiment, die unter Umständen mit der Antwort auf dem gleichen Wege wieder zurückgehen, ebenso die Versendung von Geschäftspapieren aller Art vom Sortiment an den Verlag werden auf die gleiche Weise an den Kommissionär geleitet und von diesem an die einzelnen Adressaten dann verteilt und weitergeschickt.

Der Kommissionär vermittelt auch einen Teil des buchhändlerischen Abrechnungs- und Zahlungsverkehrs. Beim „Bar-Verkehr", d. h. in den Fällen, in denen der Sortimenter den Verleger beauftragt, „bar durch Kommissionär" zu liefern, hat der Kommissionär des Sortimenters das „Barpaket" oder, wenn das Paket vom Verleger auftragsgemäß direkt an den Sortimenter geschickt wird, die „Barfaktur" einzulösen. Der Sortimenter unterhält zu diesem Zweck bei seinem Kommissionär ein Guthaben, über das der Kommissionär zu bestimmten Terminen abrechnet. Zum großen Teil löst der Kommissionär bis zu einer vereinbarten Grenze auch ohne Deckung seitens des von ihm vertretenen Sortimenters Barsendungen ein und gewährt damit dem Sortimenter einen Kredit. Die Einlösung der Barlieferungen seitens des Sortimenter-Kommissionärs gegenüber dem Verleger-Kommissionär erfolgt aber nicht in jedem einzelnen Falle gegen bares Geld, sondern gegen Verrechnung innerhalb des Kreises der Kommissionäre, die zu diesem Zweck unter sich in

einer Art von Clearingsystem wöchentlich abrechnen. Neben der Vermittlung des Barverkehrs zwischen Verlag und Sortiment, der eine Art „Nachnahmeverkehr" darstellt und bei dem der Verleger relativ rasch das Geld für die gelieferte Ware erhält, übernimmt der Kommissionär auch die Vermittlung des Abrechnungs- und Zahlungsverkehrs im Laufe des Jahres wie zur Ostermesse für die bedingt und in fester Rechnung unter Gewährung eines bestimmten Zieles gelieferten Bücher. Seit der Nachkriegszeit hat sich dafür als vereinfachte Form der „Zalko"-Verkehr (Zahlungsverkehr der Leipziger Kommissionäre) eingebürgert.

Die Ersparnis an Verkehrsspesen beim Verkehr über den Kommissionsplatz liegen also in der sich wiederholenden Sammlung der Bestellzettel und sonstiger Geschäftspapiere sowie der Warenpakete und in der Beförderung in Sammelbriefen bzw. Sammelsendungen, des weiteren in dem die vielen kleinen Einzelposten zusammenfassenden Abrechnungs- und Zahlungssystem. Diese Spesenersparnisse durch den Verkehr über den Kommissionsplatz ermöglichen in vielen Fällen überhaupt erst den Bücherbezug, namentlich solcher Bücher, die nur Pfennigwerte darstellen. Bei solchen geringwertigen Büchern würden die Kosten des direkten Bezugs als Einzel-Postsendung unter Umständen dem Wert des Buches selbst gleichkommen oder ihn sogar übertreffen.

Die Zentralisierung des buchhändlerischen Verkehrs in Leipzig (wie auch in geringerem Maße an anderen Kommissionsplätzen) sowie das Vorrecht der „Spesenfreiheit" des Kommissionsplatzes Leipzig haben zahlreiche Verleger veranlaßt, ihre Betriebe in Leipzig zu errichten oder dorthin zu verlegen. Andere Verleger unterhalten, wie schon erwähnt, an den Kommissionsplätzen Auslieferungslager, von denen aus sie entweder alle ihre Verlagswerke oder nur einen Teil derselben ausliefern lassen. Durch die Auslieferung am Kommissionsplatz selbst werden die Bezugsspesen des Sortiments für Bücher noch weiter vermindert, und gleichzeitig wird eine Beschleunigung des Verkehrs erreicht.

Die Kosten des Verkehrs über den Kommissionsplatz setzen sich für den einzelnen Verlag folgendermaßen zusammen: einmal aus den Transportkosten bis zum Kommissionsplatz, auch dann, wenn der Verleger dort ein Auslieferungslager unterhält, sodann aus den Gebühren, die der Kommissionär für seine Tätigkeit erhebt,

die im einzelnen hier aber nicht genannt werden sollen. Wird ein Auslieferungslager am Kommissionsplatz aufrechterhalten, so treten noch hinzu die Kosten für die Vornahme der Auslieferung, für die Miete und Verwaltung des Auslieferungslagers, für Inkasso usw. Ein Abwägen dieser verschiedenen Kosten gegeneinander sowie der sonstigen Vor- und Nachteile bestimmt den einzelnen Verleger dazu, ein Auslieferungslager am Kommissionsplatz zu unterhalten oder nicht.

Erscheint auch der buchhändlerische Verkehr über den Kommissionsplatz auf den ersten Blick umständlich, so geht er doch reibungslos und verhältnismäßig rasch vonstatten. Die Besorgung der Bestellungen und das Ansammeln der Sendungen zu großen Frachtstücken, die meist an bestimmten Tagen der Woche an die einzelnen Buchhändler abgesandt werden, beanspruchen naturgemäß eine bestimmte Zeit. Wo es daher auf einen raschen Bezug ankommt, wird der direkte Verkehr zwischen Verleger und Sortimenter durch Postsendung vorgezogen. Bei größeren Bücherlieferungen eines Verlegers an einen bestimmten Sortimenter — häufig im Verkehr zwischen Spezialverlag und Spezialsortiment — wird ebenso der direkte Weg durch die Post oder Bahn vorgezogen. Die Frage, ob im einzelnen Falle der direkte Verkehr oder der Verkehr über den Kommissionsplatz vorgezogen werden soll, ist eine Frage der Zeit und der jeweiligen Kosten der beiden Verkehrsarten. Der Weg über den Kommissionsplatz wird namentlich beim „Neuigkeitenversand“ und bei Bedingtlieferungen zum Zweck der Ersparnis an Versandspesen dem direkten Verkehr zwischen Verlag und Sortiment vorgezogen.

Zur Vereinfachung der Abrechnung zwischen Verleger und Sortimenter wurde vom Buchhandel eine weitere Einrichtung geschaffen: die „Abrechnungs-Genossenschaft der deutschen Buchhändler eGmbH.“ („BAG.“) mit dem Sitz in Leipzig, die gegenseitige Verrechnung unter ihren Mitgliedern besorgt.

Vergleicht man hinsichtlich der Verkehrsvermittlung zwischen Produzent und Händler den Buchhandel mit anderen Handelszweigen, so erhebt sich die Frage, warum im Buchhandel nicht auch wie dort der Großhandel die Funktion der Verkehrsvermittlung zwischen Produzent und Händler übernehmen kann. Wie wir schon ausgeführt haben, kam es im Buchhandel nicht zur Ausbildung eines

bedeutenden Großhandels mit den Aufgaben, die der Großhandel anderer Handelszweige zu erfüllen hat. Im Buchhandel bestehen an Großhandelsunternehmen in der Hauptsache nur einige Barsortimente. Diese führen aber nur gangbare Bücher, vor allem auch Neuerscheinungen, so daß der Bezug älterer Werke und solcher, die infolge ihres beschränkten Interessentenkreises weniger „gangbar" sind — und das ist vor allem der größte Teil der wissenschaftlichen Literatur —, beim Verleger direkt erfolgen muß. Insofern kann das Barsortiment als Zwischenhandel zwischen Verleger und Sortimenter die Funktion der Verkehrsvermittlung, wie sie der Kommissionär übernimmt, nicht ausüben. Die Organisation des inneren buchhändlerischen Verkehrs ist der Eigenart der Buchware und ihren Bedürfnissen entsprungen und läßt sich kaum mit der eines anderen Handelszweiges vergleichen.

Stellen wir zum Schluß die verschiedenen Möglichkeiten des buchhändlerischen Warenverkehrs zusammen. Der Verkehr erfolgt:

1. direkt zwischen Verleger und Sortimenter
   a) durch Boten zwischen Firmen am gleichen Wohnsitz,
   b) durch die Post oder Bahn;
2. über den Kommissionsplatz („Buchhändlerweg"), in erster Linie über Leipzig, durch Vermittlung des Kommissionärs, sowohl durch den des Sortimenters wie durch den des Verlegers.

Die Auslieferung der Bücher eines Verlags kann erfolgen:

1. vom Verlagsort aus,
2. nur vom Kommissionsplatz aus. In diesem Falle unterhält dort der Verleger ein „vollständiges" Auslieferungslager;
3. sowohl vom Verlagsort wie vom Kommissionsplatze aus,

(4. durch das Barsortiment, soweit die benötigten Bücher von ihm geführt werden).

II. Teil

Der innere Aufbau der Buchverlagsunternehmung

Nachdem wir die Betätigung der Buchverlagsunternehmung und ihre Eingliederung in die Wirtschaft dargestellt haben, wenden wir uns jetzt dem Geschehen innerhalb der Buchverlagsunternehmung zu. Um einen Standpunkt für diese Betrachtung zu gewinnen, dürfen wir uns nur noch einmal vergegenwärtigen, was schon an anderer Stelle über die Unternehmung ausgeführt wurde[1]). Wir haben die Unternehmung kennengelernt als eine Einzelwirtschaft, die vor allem durch die Einrichtung des Geldes in die Gesamtwirtschaft eingegliedert ist und der aus ihrer Stellung in unserer heutigen Wirtschaft das Ziel gesetzt ist, nach Gewinn zu streben, Geldeinkommen zu schaffen. Sie sucht ihr Gewinnstreben zu verwirklichen, indem sie Waren an den Markt liefert oder dem Markt Dienste leistet und damit zugleich der Allgemeinheit dient. Sie macht zu diesem Zweck Aufwendungen in Geld, investiert Geldmittel in Gütern. Sie gibt also Geld dahin, verläßt damit die sicherste[2]) und fungibelste „Güterform", die unsere heutige Wirtschaft kennt, und erwirbt Spezialgüter. Durch diese Trennung vom Gelde und das Hinüberwechseln in die Welt der Güter geht sie ein Risiko ein; denn es ist durchaus ungewiß, ob die Umwandlung der Güter zurück in Geld und damit die Wiedererlangung der investierten Gelder und darüber hinaus noch die Erzielung eines Mehr an Geld, eines Gewinns, um dessentwillen ja die Unternehmung ins Leben gerufen wurde, gelingt. Darüber wird vom Markte als oberster Instanz entschieden.

---

[1]) Vgl. S. 1 f.

[2]) Vgl. Rieger: Einführung in die Privatwirtschaftslehre, S. 191: „...daß nur Geld sicherer Besitz ist; jeder Schritt von der Geldform weg bedeutet ein Risiko..."

In jeder Unternehmung vollzieht sich also ein gleichartiger Prozeß, der sich in unaufhörlicher Aufeinanderfolge wiederholt und der als der Lebensprozeß der Unternehmung bezeichnet werden kann: der Umwandlungsprozeß von Geld in Ware und von Ware wiederum in Geld. Geldeinsätze werden gewagt mit dem Ziele, das eingesetzte Geld über die verschiedensten Metamorphosen mit einem Mehr zurückzuerhalten. Im Verlaufe dieses Umwandlungsprozesses lassen sich bestimmte Phasen unterscheiden, die durch die Entfernung vom Gelde bzw. die Wiederannäherung an das Geld charakterisiert sind: Geld wird eingesetzt, verwandelt sich bei der Produktionsunternehmung über Materialien, Hilfsstoffe, Löhne usw. in bestimmte Produkte, in Ware, bei der Handelsunternehmung unmittelbar durch Einkauf in Ware; der Verkauf der Ware führt zu Forderungen an den Debitor, der durch Wechsel oder nach Ablauf des gewährten Zieles unmittelbar mit Geld bezahlt. Der Verlauf des Geldumwandlungsprozesses innerhalb einer Unternehmung läßt sich also kurz mit den Stichworten: Geld-Ware-Debitor-(Wechsel-)Wiedergeld charakterisieren. Diese Phasen weist der Geldumwandlungsprozeß aller Unternehmungen auf. Verschieden sind jedoch bei jeder Unternehmung die Bedingungen und näheren Umstände, unter denen die einzelnen Phasen erreicht werden, sowie die Zeitdauer, innerhalb der die einzelnen Phasen erreicht werden.

Im Verlaufe des Geldumwandlungsprozesses treten die spezifischen Probleme der Unternehmung auf. Das ist zunächst die Frage des Kapitalbedarfs: Wie hoch muß der Geldeinsatz sein, um den Geldumwandlungsprozeß in die Wege zu leiten und in Gang zu halten? Das wird im speziellen Falle von den betrieblichen Notwendigkeiten der Unternehmung abhängen. An die Frage des Kapitalbedarfs schließt sich die Frage: Woher nimmt die Unternehmung das notwendige Geld, um ihr Vorhaben durchzuführen? Wer bringt die benötigten Geldmittel auf? die Frage der Finanzierung. Im weiteren Verlaufe des Geldumwandlungsprozesses einer Unternehmung taucht als weiteres Problem noch auf: das Problem der Liquidität. Alle diese Fragen sollen im folgenden Gang der Untersuchung erörtert werden.

1. Kapitel

Der Geldumwandlungsprozeß in der Buchverlagsunternehmung

Unsere Aufgabe besteht somit zunächst darin, den Verlauf des Geldumwandlungsprozesses in einer Buchverlagsunternehmung des näheren zu verfolgen. Wir wollen kennenlernen, wie in dieser Unternehmung die Geldform verlassen wird, um über das Mittel der Ware Buch wieder zu einem Geldertrage zu führen, welche Besonderheiten sich bei einer Unternehmung zeigen, die gerade über das Mittel der Buchware ihr Gewinnstreben zu verwirklichen sucht.

Zu diesem Zweck ist die Kenntnis des Betriebsprozesses, der betrieblichen Vorgänge in der Buchverlagsunternehmung notwendig. Da wir schon im Kapitel „Die Betätigung der Buchverlagsunternehmung" auf die betrieblichen Veranstaltungen näher eingegangen sind, brauchen wir uns in diesem Zusammenhang nicht mehr ausführlich mit ihnen zu befassen. Die Erörterung der betrieblichen Vorgänge soll daher nur insoweit wieder aufgenommen werden, als es zur Darstellung des Verlaufs des Geldumwandlungsprozesses unbedingt notwendig ist. Sie sollen hier unter dem privatwirtschaftlichen Gesichtspunkte betrachtet werden, nämlich nach der Bedeutung, die sie für das Unternehmungsziel haben. Denn alle diese betrieblichen Veranstaltungen verursachen Geldaufwendungen und sollen zu Gelderträgen führen.

Die folgende Darstellung des Geldumwandlungsprozesses in der Buchverlagsunternehmung wird in zwei Abschnitte geteilt werden: Wir schildern zunächst die Umwandlung von Geld in die Ware Buch. Da wird vom Betrieb der Buchverlagsunternehmung, von der Rohstoffbeschaffung, der Produktion und der Lagerhaltung die Rede sein. Im besonderen soll auf die wirtschaftlichen Bedingungen der Buchproduktion eingegangen werden. Im zweiten Abschnitt, bei der Darstellung der Umwandlung der Buchware zurück in Geld, werden wir uns mit dem Verkauf sowie mit der Kreditgewährung zu beschäftigen haben. Hierbei soll auch auf den Absatzverlauf einzelner Buchtypen kurz eingegangen werden.

Wenn wir so den Geldumwandlungsprozeß, den Lebensprozeß der Unternehmung, im einzelnen beschreiben, werden sich die charakteristischen Merkmale des Rhythmus der Buchverlagsunternehmung und das Schicksal des investierten Geldes offenbaren.

Da die Aufgabe der folgenden Untersuchungen nicht darin besteht, möglichst viele Einzelheiten zur Darstellung zu bringen, ist es erforderlich, stark zu typisieren, ohne damit auf jegliche Differenzierung zu verzichten. Was hier angestrebt wird, ist, das Typische, das Allgemeingültige herauszuschälen. Doch soll damit keine Norm für den Aufbau einer Buchverlagsunternehmung geschaffen werden, da es eine solche nicht geben kann. Wollte man eine solche Norm aufstellen, so würde sie doch bald den wechselnden Anforderungen des Lebens nicht mehr genügen können.

a) Die Umwandlung von Geld in die Ware Buch

Die Erzielung von Mehrgeld, von Gewinn, ist an die Bedingung geknüpft, daß eine Trennung vom Geld vorgenommen und die Güterform aufgesucht wird. Geld wird also aufgewendet, wird je nach den betrieblichen Voraussetzungen einer Unternehmung in die verschiedensten Kanäle geleitet, um sich in Ware zu verwandeln. Wie dieser Prozeß der Umwandlung von Geld in Ware bei einer Buchverlagsunternehmung erfolgt, oder mit anderen Worten die Frage, welche Veranstaltungen, die Geldaufwand verursachen, die Buchverlagsunternehmung zu treffen hat, soll uns im folgenden beschäftigen.

Die Unternehmung bedarf zu ihrer Verwirklichung einer sichtbaren äußeren Form, eines Körpers: des Betriebes, der z. B. bei einer Produktionsunternehmung einen beträchtlichen Umfang annehmen kann. In der Bücher produzierenden Unternehmung dagegen, in der Buchverlagsunternehmung, finden wir keinerlei umfangreiche betriebliche Einrichtungen und Veranstaltungen, da, wie erwähnt, bei der reinen Buchverlagsunternehmung die eigentliche Produktion „außerhalb des Hauses“ vorgenommen wird. Der Be-

trieb der Buchverlagsunternehmung besteht nur aus einer einzigen „Abteilung", der kaufmännischen Abteilung, wie sie nach dem allgemeinen Sprachgebrauch genannt wird. Diese kann von kleinstem Umfang sein. Es ist durchaus denkbar, daß der Verleger allein oder mit Unterstützung nur einer oder weniger Hilfskräfte seinen „Betrieb" zu verwalten vermag. Denn außer der eigentlichen Herstellung kann der Verleger auch Lagerhaltung, Vertrieb und Auslieferung durch fremde Kräfte besorgen lassen: durch seinen Kommissionär, dessen Funktion schon an anderer Stelle erörtert wurde. Dem Verleger verbleibt dann nur noch die oberste Leitung des Unternehmens, er trifft nur die Gelddispositionen und verkörpert so den Typ des „reinen" Unternehmers.

Ist dieser Fall auch hie und da anzutreffen, so ist er doch nicht als die Regel anzusehen. Meist läßt der Verleger vielmehr alle, außer den mit der eigentlichen Herstellung zusammenhängenden Geschäfte, in seinem eigenen Betrieb ausführen. Aber auch dann braucht der Betrieb keinen großen Umfang anzunehmen. Über die Größe einer Buchverlagsunternehmung kann jedoch, wenn nur ihr Betrieb betrachtet wird, nichts ausgesagt werden. Der Umfang des Betriebes gibt kein Kriterium ab für die Beurteilung der wirtschaftlichen Bedeutung einer Buchverlagsunternehmung.

Im einzelnen läßt sich der Betrieb gliedern in Geschäftsleitung, Herstellungsabteilung, Vertriebsabteilung, Auslieferung und Lager sowie in die Buchhaltungsabteilung. Die Geschäftsleitung ist der Bereich des Unternehmers, des Verlegers selbst. Von hier aus gehen die Direktiven an die einzelnen Abteilungen, hier werden die Gelddispositionen getroffen, hier wird über Kreditgewährung an die Kunden entschieden; vor allem aber ist der Geschäftsleitung der Verkehr mit den Autoren, die Beschaffung der Manuskripte, wirtschaftlich gesehen der Einkauf des wichtigsten Rohstoffes der Buchware vorbehalten. Der Herstellungsabteilung obliegt die Beschaffung des Papiers und der für den Illustrationsdruck erforderlichen Druckstöcke u. ä. sowie die Vorbereitung und Überwachung der Drucklegung des Buches und der Bindearbeiten. Auch die Kalkulation wird hier vorgenommen. Die Vertriebsabteilung hat alle mit dem Vertrieb der Verlagserzeugnisse zusammenhängenden Arbeiten zu leisten, vor allem die Werbung beim Buchhandel und beim Buchkonsumenten, während die Auslieferung den Verkauf und den

Versand der Buchware und die Verwaltung des im Hause sowie eventuell beim Kommissionär, Buchdrucker oder Buchbinder sich befindenden Lagers zu übernehmen hat. Die Buchhaltungsabteilung schließlich führt die Unternehmungsrechnung, zeichnet alle Vorgänge in der Unternehmung, soweit sie sich geldlich auswirken, chronologisch auf.

Die eben geschilderte Gliederung des Betriebs wird in der Praxis nicht überall, meist nur in größeren Unternehmungen, anzutreffen sein; vielfach sind sonst verschiedene Abteilungen zusammengefaßt. Bei jeder einzelnen Buchverlagsunternehmung sind für die Gliederung des Betriebes eben die Erfordernisse maßgebend, die der Umfang der Unternehmung und die sich daraus ergebende Notwendigkeit der Arbeitsteilung stellen.

An die räumliche Ausdehnung der Stätten, in denen die geschilderten Abteilungen arbeiten, werden keine großen und besonderen Anforderungen gestellt. Einige Räume, in denen das „Privatkontor" des Verlegers sowie das „Hauptkontor", der Packraum und das Lager untergebracht sind, genügen vollkommen.

Man sieht, die Ansprüche, die der Betrieb als solcher an die Kapitalkraft des Verlegers stellt, sind verhältnismäßig gering, zumal an und für sich keine Notwendigkeit besteht, ihn in eigenen Geschäftsräumen unterzubringen. Es handelt sich daher in der Hauptsache nur darum, Aufwendungen für die Einrichtung der Geschäftsräume sowie für die Miete der Räume zu machen, sofern der Verleger nicht über eigene Räume verfügt.

Zur Herstellung von Waren sind bestimmte Rohstoffe notwendig. Der wichtigste Rohstoff der Ware Buch ist, wie bekannt, immaterieller Art: das geistige Erzeugnis eines Verfassers, das vervielfältigt und zur Ware umgestaltet werden soll. Wie die Beschaffung dieses geistigen Rohstoffes erfolgt, wurde schon näher ausgeführt. Des weiteren wurde auch erwähnt, daß für diesen geistigen Rohstoff der Buchware bzw. für den Erwerb des Rechtes der Vervielfältigung meist an den Verfasser eine Vergütung, das Honorar, bezahlt wird. Bei sogenannten „freien Werken" erübrigt sich der Erwerb des Verlagsrechts und damit die Bezahlung eines Honorars; doch tritt an dessen Stelle unter Umständen eine Ver-

gütung für die Bearbeitung des zu vervielfältigenden Werkes. Bei Werken, die aus einer fremden Sprache übersetzt werden, ist ein Honorar für den Übersetzer neben dem Preis des Verlagsrechts zu bezahlen. Diese verschiedenen Honorare sind jedoch nicht die einzigen Aufwendungen, die der Verleger für die Beschaffung dieses „Rohstoffes" zu machen hat. Selbst in dem sehr einfachen Falle, daß dem Verleger unaufgefordert Manuskripte angeboten werden, entstehen für den Verleger manche Auslagen, sowohl wenn das angebotene Werk zur Vervielfältigung erworben, als auch wenn die Übernahme in den Verlag abgelehnt wird. Abgesehen von den Kosten der Arbeit, die der Verleger und seine Mitarbeiter bei der Prüfung und Kalkulation zu leisten haben, sind hier Aufwendungen zu nennen, die das Einholen von Gutachten bei Sachkundigen, denen das Manuskript zur Prüfung geschickt wurde, sowie der gesamte Verkehr des Verlegers mit dem Autor verursacht. Nicht selten wird es notwendig, daß der Verleger den Verfasser aufsucht, um mündlich mit ihm zu verhandeln, und daß er zu diesem Zwecke unter Umständen gezwungen ist, Reisen zu unternehmen. Das Konto Reisespesen des Verlegers spielt in einer Buchverlagsunternehmung keine geringe Rolle. Um so eher werden Aufwendungen dieser Art zu machen sein, wenn der Verleger bekannte und berühmte Autoren für seinen Verlag zu gewinnen sucht, wenn er sich nicht abwartend verhält, sondern zur Verwirklichung eigener Verlagspläne geeignete Autoren sucht, wenn er gleichsam Manuskripte bestellt. Alle Mittel geschäftlicher und außergeschäftlicher Art, die zu diesem Zwecke angewendet werden, erfordern oft beträchtliche Aufwendungen.

Ist der geistige Rohstoff beschafft, so ergibt sich als weitere Aufgabe für den Verleger: die Beschaffung der materiellen Rohstoffe der Buchware, des Materials, aus dem die sichtbare Form des Buches geschaffen wird. Das ist, wie ausgeführt wurde, in erster Linie das Papier, auf das das geistige Erzeugnis gedruckt werden soll. Der Verleger bezieht das Papier vom Papierfabrikanten oder Papiergroßhändler und läßt es an den Buchdrucker, dem er die Drucklegung des Werkes aufgetragen hat, liefern. Zu bemerken ist noch, daß der Verleger in der Regel bei Beschaffung des Papiers Lieferantenkredit in Anspruch nehmen kann.

Papierlager werden nur vereinzelt vom Verleger selbst unter-

halten, wenn man vom Lager an Papierresten von hergestellten Werken absieht. Denn einmal ist jederzeit die Möglichkeit gegeben, Papier zu beschaffen, und ohnedies wird zur Herstellung fast jedes einzelnen Verlagswerkes Papier ganz spezieller Qualität verwendet, das unter Umständen in der Papierfabrik erst eigens angefertigt werden muß. Ein Bezug nach Bedarf ist somit durchaus das übliche. Papierlager werden in der Hauptsache nur bei Verlegern anzutreffen sein, die nur wenige Papiersorten verwenden und die sie in großen Mengen anfertigen lassen. Manchmal wird auch nur vorübergehend ein Papierlager unterhalten, um in Zeiten starker Produktion Produktionsstockungen aus Papiermangel zu vermeiden. Nach der Zeit gesteigerter Produktionstätigkeit wird in der Regel auch das Papierlager wieder verschwunden sein.

Die für die Herstellung des Einbandes erforderlichen Stoffe liefert der Buchbinder, sie brauchen vom Verleger nicht eigens beschafft werden.

Zu erwähnen ist noch, daß zum Zwecke der Illustration und künstlerischen Ausstattung eines Buches der Verleger Aufwendungen für Bildvorlagen und künstlerische Entwürfe für die graphische Ausstattung und den Einband, für die Vervielfältigungsrechte an Bildern und für die zum Druck benötigten Druckstöcke zu machen hat. Im einzelnen soll dies hier nicht ausgeführt werden.

Mit der Produktion der Buchware selbst hat sich der Verleger nur insoweit zu befassen, als er die sich im Betriebe des Buchdruckers und des Buchbinders vollziehende Produktion bis ins einzelne vorbereitet und den Herstellungsprozeß fortlaufend überwacht. In anderem Zusammenhang wurde das Nötigste darüber schon ausgeführt.

Bei der Beschreibung des Warencharakters des Buches wurde darauf hingewiesen, daß die Herstellung der Buchware oder genauer der Druck des Buches rationellerweise nur in Auflagen vorgenommen werden könne. Die Notwendigkeit der Herstellung in größeren Mengen ergibt sich aus dem modernen Druckverfahren. Wie allgemein bei der Produktion, wird bei Verwendung umfangreicher technischer Mittel, namentlich der Maschine, das von Karl Bücher formulierte „Gesetz der Massenproduktion“ wirksam. Es

besagt, daß die Kosten für die Produkteinheit mit der Zahl der Produkte sinken, und zwar um so stärker, je höher der Anteil der fixen Kosten ist, verglichen mit dem Anteil der variablen Kosten[1]). Bei einem Verlagswerk setzen sich die Gesamtkosten der Herstellung ebenfalls zusammen aus fixen und mit der Auflagenhöhe steigenden, den sogenannten proportionalen Kosten. Zu den fixen Kosten gehören alle für die Vervielfältigung einmal zu leistenden Aufwendungen: die Kosten für Satz, Korrektur, Zurichtung sowie für die Beschaffung des Illustrationsmaterials und der erforderlichen Platten und Druckstöcke. Zu den proportionalen Kosten gehören die Aufwendungen für das Papier für den Text und Umschlag sowie alle mit dem Druck zusammenhängenden Ausgaben. Das Honorar kann zu beiden Kostenarten gehören. Wird es als einmalige Abfindungssumme an den Autor bezahlt, so gehört es zu den fixen Kosten. Wird aber der Autor in irgendeiner Form am Erlös beteiligt, so wird das Honorar zu einem Bestandteil der proportionalen Kosten.

Bücher zeigte an einem Beispiel den degressiven Verlauf der Kosten pro Einzelexemplar bei Erhöhung der Auflage. Wir geben es hier wieder[2]):

Bei einer Auflage von Exemplaren	Die gesamten Herstellungskosten RM.	Die durchschnittl. Herstellungskosten pro Exemplar RM.
80	3129	39,11
150	3162	21,08
300	3232	10,77
500	3326	6,65
800	3467	4,33
1 000	3561	3,56
1 500	3796	2,53
2 000	4031	2,02
3 000	4501	1,50
5 000	5441	1,09
10 000	7791	0,78

(Das Honorar wurde als Pauschalhonorar angenommen, ist in diesem Beispiel also Bestandteil der fixen Kosten.)

---

[1]) Vgl. Bücher, Karl: Das Gesetz der Massenproduktion, in: Die Entstehung der Volkswirtschaft. 2. Sammlung. Tübingen 1920, S. 87 ff.

[2]) Bücher, Karl: Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft, 3. Aufl. Leipzig 1904, S. 277.

Aus diesem Beispiel ist zu ersehen, daß die Herstellungskosten pro Einzelexemplar um so niedriger werden, je höher die Auflage angesetzt wird. Und noch ein weiteres: die Kostenminderung pro Einzelexemplar wird bei steigender Auflage immer geringer. Allgemein gilt nun, daß bei immer weiterer Steigerung der Produktenmenge einmal ein Punkt erreicht wird, von dem an eine weitere Minderung der Kosten pro Einzelstück keinen wirtschaftlich ins Gewicht fallenden Vorteil mehr bringt. Bücher bezeichnet diesen Punkt als die „Nutzhöhe der Massenproduktion“[1]).

Da also die Herstellung des Buches dem Gesetz der Massenproduktion unterliegt, scheint es für den Verleger das gegebene zu sein, die herzustellende Auflage eines Buches möglichst hoch anzusetzen. Denn je höher die Auflage ist, desto mehr erniedrigen sich die Herstellungskosten für das Einzelexemplar und desto niedriger kann der Verkaufspreis angesetzt werden. Ob nun beim Buche auch das weitere Gesetz wirksam wird, das besagt, daß der Absatz einer Ware um so höher steige, je mehr sich der Verkaufspreis erniedrige, ist die Frage. Ohne Zweifel gibt es manche Bücher, namentlich auf dem Gebiete der belletristischen Literatur, deren Abnehmerkreis durch Erniedrigung der Verkaufspreise beträchtlich steigt. Andererseits tritt bei vielen Büchern, besonders bei den wissenschaftlichen Werken, diese Wirkung nicht ein, da sie sich nur an einen bestimmten engen Abnehmerkreis wenden, der durch eine Erniedrigung des Verkaufspreises nicht oder nur unbeträchtlich erweitert werden kann.

Bei der Festsetzung der Auflagenhöhe darf sich der Verleger also nicht einseitig von dem Gesichtspunkt leiten lassen, die auf Grund des Gesetzes der Massenproduktion eintretende Kostendegression wirksam werden zu lassen, sondern er muß auch die Absatzmöglichkeiten des in Frage kommenden Buches berücksichtigen. Der Tendenz, die Auflage möglichst hoch anzusetzen, um die Herstellung zu verbilligen, steht auf der anderen Seite die Tendenz gegenüber, die Auflagenhöhe niedrig zu halten, um die Auflage ganz absetzen zu können.

---

[1]) Bücher, Karl: Das Gesetz der Massenproduktion, a. a. O. S. 103. Die Erreichung dieses Punktes bedeutet jedoch kein Optimum in dem Sinne, daß der Unternehmer hier den höchsten Gewinn erzielte. „Das kann wohl, muß aber nicht zutreffen.“

Die Höhe des Absatzes ist wiederum bestimmt einmal durch die Größe des Interessentenkreises, also durch die Zahl der am Inhalt eines bestimmten Buches Interessierten, zum anderen durch die Höhe des Preises, den die in Frage kommenden Interessenten bezahlen wollen und können. Eine Marktanalyse in dieser doppelten Hinsicht ist daher für den Verleger von ausschlaggebender Bedeutung.

Der Verleger sieht sich also vor die Aufgabe gestellt, zwischen Auflagenhöhe und der sich als Folge der Auflagenhöhe ermöglichenden Preisstellung auf der einen Seite und den Absatzmöglichkeiten auf der anderen Seite abzuwägen und die im Hinblick auf die Rentabilität beste Entscheidung zu treffen. Er wird zu berücksichtigen haben, daß, je niedriger er den Verkaufspreis für ein Buch ansetzt, desto mehr Exemplare verkauft werden müssen, wenn ein Gewinn erzielt werden soll, und umgekehrt, daß, je geringer die Absatzmöglichkeiten für ein Buch sind, desto kleiner die Auflage und als Folge davon der Verkaufspreis desto höher sein muß. „Ob sich nun der Verleger im Hinblick auf den durch Inhalt und Preis bedingten mutmaßlichen Absatz eines Werkes zu einer niedrigen Auflage bei hohen Kosten pro Exemplar oder zu einer relativ hohen Auflage bei niedrigen Kosten pro Exemplar entscheidet, muß als eine quaestio facti, als die typische, jeden Verleger im besonderen charakterisierende Unternehmerentschließung angesehen werden, deren Richtigkeit jeweils der spätere Erfolg zu erweisen hat[1])."

Bei der Kalkulation des Verkaufspreises, auf die wir nicht näher eingehen wollen, werden alle diese Erwägungen eine Rolle spielen. Ein Punkt soll noch besonders erwähnt werden: Die Verkaufspreise sind in der Regel so kalkuliert, daß nach Absatz einer bestimmten Anzahl von Exemplaren die Selbstkosten der gesamten Auflage gedeckt sind, und daß daher die über diese bestimmte Menge, „Deckungsauflage" genannt, hinaus verkauften Exemplare Gewinn bringen.

Um die einmaligen hohen Kosten für den Satz bei einer vermutlichen zweiten Auflage und den noch etwa folgenden Auflagen eines Buches zu sparen, wird der Satz in der Druckerei „stehen

---

[1]) Bücking, Helmut: A. a. O. S. 110.

gelassen“ oder „stereotypiert“[1]). Die fixen Kosten der Herstellung werden dadurch vermindert; an die Stelle der Satzkosten treten die geringeren Kosten für das „Stehenlassen“ oder „Stereotypieren“ des Satzes.

Der Zwang zur Auflagenherstellung wirkt sich für den Verleger finanziell in der Weise aus, daß mindestens die Kosten der Drucklegung von vornherein für die ganze Auflage investiert werden müssen und damit dem Risiko ausgesetzt sind. Für die Bindekosten trifft dies nicht ohne weiteres zu, da nicht auf einmal alle Exemplare einer Auflage gebunden zu werden brauchen und in der Regel auch nicht gebunden werden. Das Binden eines Buches kann nach Bedarf vorgenommen werden, wenn auch hier Serienarbeit eine gewisse Verbilligung bringt.

An reinen Herstellungskosten sind also vom Verleger, wenn wir von den Kosten, welche die Arbeit der Vorbereitung und Überwachung der Herstellung verursacht, absehen, die Satz- und Druckkosten sowie die Bindekosten zu tragen. Es entstehen bei der Herstellung der Buchware im Gegensatz zur industriellen Produktion für den Hersteller, den Verleger, keine fortlaufenden Kosten; die Aufwendungen für die Herstellung sind vielmehr in größeren Einzelbeträgen zu verschiedenen Zeitpunkten zu leisten. Es besteht auch die Möglichkeit für den Verleger, sowohl beim Buchdrucker wie auch beim Buchbinder Lieferantenkredit in Anspruch zu nehmen.

In diesem Fall sind die Satz- und Druckkosten erst nach Ablauf des Zieles, das bei Ablieferung der Druckbogen an den Buchbinder zu laufen beginnt, fällig, die Bindekosten nach Ablauf des vom Zeitpunkt der Ablieferung der fertig gebundenen Bücher an den Verleger an gerechneten Zieles. Die Dauer des Zieles ist individuell verschieden.

Über die Dauer der Produktion kann nichts Allgemeingültiges gesagt werden. Sie wird bei jedem einzelnen Werke verschieden sein. Sie hängt ab vom Umfang des einzelnen Werkes und der Auflagenhöhe sowie von der Leistungsfähigkeit und Inanspruchnahme der Druckerei bzw. Buchbinderei. Man wird jedoch behaupten können, daß die moderne Drucktechnik die Drucklegung auch umfangreicherer Werke in kürzester Zeit ermöglicht. Ebenso ver-

[1]) Vgl. oben S. 11.

mögen die modernen Großbuchbindereien auch Massenauflagen rasch zu binden. Soll die Herstellung eines Werkes besonders schnell erfolgen, so besteht auch die Möglichkeit, verschiedene Buchdruckereien, von denen dann jede nur einige Bogen des Werkes zu drucken hat, sowie verschiedene Buchbindereien mit der Herstellung zu beauftragen.

Nach der Herstellung wandern die fertiggebundenen Bücher in das Lager des Verlegers. Ist nur ein Teil der Auflage gebunden worden, so bleiben die noch ungebundenen „rohen" Druckbogen beim Buchdrucker oder meist beim Buchbinder. Räumlich gesehen besteht, wie schon erwähnt, das Lager des Verlegers aus verschiedenen Teillagern: dem Lager in der Buchverlagsunternehmung selbst, dem Auslieferungslager beim Kommissionär und dem eben erwähnten „Roh"lager beim Buchbinder. Als zum Lager des Verlegers gehörig müssen jedoch auch alle die Bücher betrachtet werden, die an den vertreibenden Buchhandel, vor allem an das Sortiment, „bedingt" geliefert wurden[1]). Denn solange über die bedingt gelieferten Bücher nicht abgerechnet wurde, bleiben sie Eigentum des Verlegers.

Die Haltung eines Lagers läßt sich bei einer Buchverlagsunternehmung nicht umgehen. Ist doch die Auflagenherstellung gerade ein Auf-Vorrat-Herstellen. Es wird kaum zu erreichen sein, die hergestellten Produkte sofort im Anschluß an die Produktion vollständig abzusetzen. Daß es gelegentlich der Fall sein kann, wissen wir aus nur wenigen Fällen.

Mit der Übernahme des Fertigproduktes ins Lager hat der Geldumwandlungsprozeß der Unternehmung seine erste Etappe erreicht. Die Umwandlung von Geld in Ware ist vollzogen. Damit ist aber auch das Unternehmungsrisiko eingegangen. Die Ware harrt nun der Geldwerdung. Durch Umsatz soll sie zu Mehrgeld werden. Ob dies gelingt und in welcher Zeit dieses Ziel erreicht wird, wie lange also die investierten Gelder gebunden bleiben, hängt von der Aufnahme der Ware im Markte ab. Wir werden später noch Gelegenheit haben, diese Frage für die Buchverlagsunternehmung zu erörtern.

---

[1]) Vgl. oben S. 56 ff.

Unter dem Gesichtspunkt der Kosten betrachtet, ist noch zu sagen, daß die Lagerhaltung, abgesehen von den Zinsen für das investierte Kapital, Kosten für die Miete der Lagerräume sowie für die Lagerverwaltung verursacht.

b) Die Umwandlung der Buchware zurück in Geld

Das Streben jeder Unternehmung geht dahin, möglichst rasch und in großen Mengen ihre Ware abzusetzen, um damit wieder zu Geld, und zwar vermehrt um einen Gewinn, zu kommen und damit aus dem eingegangenen Risiko entlassen zu werden. Inwieweit ihr das gelingt, inwieweit die aufgewendeten Geldmittel wieder in die Unternehmung zurückströmen, insoweit ist die Möglichkeit gegeben, von neuem zu produzieren.

Ob aber die Ware überhaupt die Marktschwelle überschreitet und, wenn dies der Fall ist, in welcher Menge und in welcher Zeit das geschieht, dies sind die Fragen, von deren Beantwortung der Erfolg, ja überhaupt das Schicksal der Unternehmung abhängt. Die letzte Entscheidung darüber fällt, wie bekannt, auf der Nachfrageseite des Marktes. Um diese Entscheidung in einem für ihn günstigen Sinne zu beeinflussen, bemüht sich der Unternehmer auf verschiedene Weise: Er studiert den Markt und sucht in Erfahrung zu bringen, zu welcher Zeit der Markt aufnahmewillig ist und wo Absatzmöglichkeiten gegeben sind. Er macht seine Ware bekannt, er wirbt für sie; er sucht auf den verschiedensten Wegen die Ware an die Konsumenten heranzubringen und sie ihm begehrenswert zu machen; er gewährt Kredit u. a. m., kurzum: sein Streben ist mit allen Mitteln darauf gerichtet, seine Ware zum Verkauf zu bringen.

Unter welchen Umständen und Bedingungen nun der Verkauf der Buchware und damit die Umwandlung von Ware zurück in Geld in der Buchverlagsunternehmung erfolgt, soll im folgenden dargestellt werden. Da es sich auch hierbei um zum großen Teil schon bekannte Dinge handelt, können wir uns kurz fassen. Dabei wird auch darauf ein Augenmerk zu richten sein, welche Aufwendungen alle diese Maßnahmen, die den Verkauf herbeiführen sollen,

verursachen. Denn mit der Fertigstellung der Ware sind die Aufwendungen noch nicht erschöpft.

Ein Blick auf den Büchermarkt, den wir im I. Teil dieser Arbeit eingehend untersucht haben, soll hier in kurzer Zusammenfassung die Einflüsse und Verhältnisse, mit denen der Verleger beim Verkauf seiner Verlagswerke zu rechnen hat, die Absatzbedingungen der Buchware, vergegenwärtigen. Denn die Absatzverhältnisse verleihen den Maßnahmen, die für den Verkauf der Buchware getroffen werden, ihr besonderes Gepräge.

Es wurde schon darauf hingewiesen, daß der Bedarf an Büchern allgemein, als einer Ware, die kulturelle, geistige Bedürfnisse von mehr oder weniger großer Dringlichkeit befriedigt, zum großen Teil nur latent vorhanden ist und erst zu einem akuten Bedarf umgestaltet werden muß. Es bedarf daher besonderer Vertriebsmaßnahmen. Auch wurde schon erwähnt, daß der Buchhandel, wie jede Industrie, die mehr oder weniger entbehrliche Artikel herstellt, nur mit einer gewissen überschüssigen Kaufkraft rechnen kann. Beim Kauf derartiger Waren spielen Imponderabilien eine ausschlaggebende Rolle. Da dies in besonderem Maße bei der Buchware zutrifft, wurden die Einstellung des Konsumenten dem Buch gegenüber, die psychologischen und soziologischen Momente, die beim Buchkauf mitspielen, eingehend erörtert. Auch auf die Stellung des Buches hinsichtlich des Wettbewerbs anderer Kulturgüter, mit denen es Interesse und verfügbare Kaufkraft zu teilen hat, sowie auf seine Lage im modernen Leben überhaupt, das sich weitgehend vom Buche abzuwenden scheint, da Zeit und Besinnlichkeit zum Bücherlesen mangeln, wurde eingegangen. Da der Bedarf an Büchern seiner Richtung nach von den Bewegungen und Strömungen des geistigen Lebens abhängig ist, befindet sich auch der Büchermarkt in ständiger Bewegung: Es vollzieht sich ein unaufhörlicher Wechsel, hervorgerufen durch weltanschauliche Wandlungen, durch Fortschritte der Wissenschaft u. ä., wenn man einen längeren Zeitraum überblickt, — durch Modeströmungen und Geschmacksveränderungen, die sich schon oft zu einer förmlichen Jagd nach „Novitäten", nach „Schlagern" entwickelt haben, für kürzere Zeit gesehen. Die Folge dieser Erscheinungen ist, daß jedenfalls

für das einzelne Buch die Kontinuität des Bedarfs fehlt. Für jedes neu herauszugebende Verlagswerk muß infolgedessen der Markt vom Verleger immer wieder neu vorbereitet und bearbeitet werden.

Die Absatzverhältnisse auf dem Büchermarkt gestalten sich überaus verwickelt und unübersichtlich. Das Verkaufen von Büchern ist daher auch von vielen Unberechenbarkeiten und irrationalen Momenten abhängig; dementsprechend vollzieht sich der Absatz unregelmäßig, und es ist nicht verwunderlich, wenn Absatzstockungen von heute auf morgen keine Seltenheit sind. Alle diese Momente verleihen dem Risiko der Buchverlagsunternehmung einen besonderen Akzent.

Diese Unsicherheit und Ungewißheit über den Verlauf des Absatzes wird auch dadurch nicht wesentlich gemildert, daß sich am Büchermarkt zum Teil mit einer gewissen Regelmäßigkeit zeitlich wiederkehrende Bedarfsbewegungen feststellen lassen, daß ähnlich wie bei sog. Saisonartikeln bei verschiedenen Bücherarten ein ausgeprägter Bedarfsrhythmus wahrzunehmen ist. Dies ist vor allem bei Schulbüchern der Fall. Denn Schulbücher werden meist zu Beginn eines Schuljahres angeschafft; Bedarf an Schulbüchern tritt also in größerem Ausmaß jeweils nur vor Beginn eines Schuljahres auf. Während desselben ist der Bedarf naturgemäß gering und im Sommer, namentlich während der Hauptferienzeit, gleich Null. Ähnlich liegen die Dinge bei Büchern mit Saisoncharakter, bei „Saisonbüchern", also bei Büchern, die z. B. nur im Frühjahr oder Sommer gebraucht werden: Bücher über Gartenbau, über Wander- und Faltbootsport, Reisehandbücher u. dgl. m., oder bei Büchern, die nur im Winter Absatz finden können, so Bücher über Wintersport u. ä. Der Bedarf an Büchern dieser Art tritt also immer nur periodisch auf.

Anders verhält es sich bei der sog. belletristischen Literatur. Zwar zeigt sich während des ganzen Jahres Bedarf an Büchern dieser Art, doch pflegt sich zu bestimmten Jahreszeiten ein Ansteigen des Bedarfs bemerkbar zu machen. Es ist hierbei vor allem an das starke Anschwellen des Bücherbedarfs im Spätherbst und Winter, namentlich gegen die Weihnachtszeit, zu denken. Seine Erklärung findet diese Tatsache in einem gesteigerten Lesebedürfnis im Winter: die langen Winterabende geben mehr Gelegenheit und Muße zum Lesen eines Buches. Auch spielt hier der Brauch, Weihnachtsgeschenke zu machen, eine bedeutende Rolle. Das „Weihnachtsgeschäft" ist da-

her im Buchhandel wie auch in manchen anderen Wirtschaftszweigen von maßgebender Bedeutung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Jahres. Ein Ansteigen des Bedarfs an Büchern dieser Art läßt sich auch im Frühjahr, namentlich gegen Ostern zu, wenn auch in geringerem Ausmaß als im Winter, beobachten. Der Zeit gesteigerten Bedarfs steht naturgemäß eine Zeit geringen Bedarfs gegenüber. Für den Buchhandel sind dies die Sommermonate.

Derartige quantitative Bedarfsbewegungen zeigen sich in geringerem Umfang auch bei wissenschaftlichen Büchern: ein Ansteigen des Bedarfs um die Zeit des Semesterbeginns der Hochschulen, ein Sinken vor allem ebenfalls in den Sommermonaten.

Alle diese Bewegungen des Bedarfs sind, da sie regelmäßig wiederkehren, bis zu einem gewissen Grade voraussehbar. Für den einzelnen Verleger ist die Kenntnis dieser Tendenzen am Büchermarkt zwar von Vorteil: werden ihm doch damit Anhaltspunkte gegeben, wann für seine Verlagswerke je nach ihrem Charakter die besten Absatzmöglichkeiten gegeben sind, zu welcher Zeit er mit den besten Aussichten auf Erfolg seine neuen Verlagswerke an den Markt bringen kann; Gewißheit über das Schicksal seiner Ware am Markte kann er jedoch dadurch nicht erlangen. Denn das Verhalten des Marktes jedem einzelnen Buche gegenüber ist im Gegenteil trotzdem völlig unberechenbar, so daß der reale Ablauf der Dinge große Überraschungen bringen kann. Es wurde ja gerade als Charakteristikum des Büchermarktes hervorgehoben, daß entsprechend den Bewegungen und Strömungen des geistigen Lebens ganz unregelmäßig Bedarf an einzelnen Büchern am Markte auftritt und Nachfragewellen nach bestimmten Büchern auslöst, die oft nach kurzem zeitlichem Verlauf wieder vergehen.

Die angedeuteten Bedarfsbewegungen bei den einzelnen Literaturarten werden sich notwendigerweise im Umsatzrhythmus der betreffenden Verlage widerspiegeln und Folgen für Kapitalbedarf, Finanzierung und Liquidität dieser Unternehmungen zeitigen.

Für den Vertrieb der Buchware wichtig ist die schon erwähnte Tatsache, daß der Bedarf an Büchern — und zwar gilt dies für jedes einzelne Buch — räumlich weit zersplittert ist, mindestens über das Sprachgebiet hin, und daß er an den einzelnen Orten meist nur vereinzelt auftritt.

Die Buchverlagsunternehmung hat, wie sich aus der vorher-

gehenden Schilderung der allgemeinen Absatzverhältnisse am Büchermarkt ergibt, mit unbestimmten und außerordentlich wechselreichen Verhältnissen für den Absatz ihrer Erzeugnisse zu rechnen. Für die einzelne Buchverlagsunternehmung stellen sich jedoch die geschilderten Absatzverhältnisse je nach der Verlagsrichtung, die sie pflegt, nach ihrem Abnehmerkreis, an den sie sich wendet, nach ihrem individuellen Charakter überhaupt in bestimmter Modifizierung dar. Wohl steht die einzelne Buchverlagsunternehmung auch unter dem Einfluß der allgemeinen Tendenzen. Sie wird am Markte Erfolg haben, wenn sie es versteht, sich mit ihren Erzeugnissen der allgemeinen Bedarfslage anzupassen, die Preise für ihre Werke dem allgemein am Büchermarkt herrschenden Preisniveau entsprechend anzusetzen. Doch ist es durchaus nicht ausgeschlossen, daß auf einzelnen Teilgebieten des Büchermarktes sich von der allgemeinen Lage abweichende Verhältnisse zeigen, so daß z. B. trotz allgemein ungünstiger Absatzmöglichkeiten am Büchermarkt sich auf einem Teilmarkt eine Sonderkonjunktur entwickelt, wie es in den letzten Jahren bei den Kriegsbüchern beobachtet werden konnte. So gestalten sich die Absatzverhältnisse bei jeder einzelnen Buchverlagsunternehmung ihrem individuellen Charakter entsprechend doch wieder verschieden von den allgemeinen Erscheinungen, ja selbst für das einzelne Buch läßt sich dies behaupten. Für den Absatz des einzelnen Buches ist noch von ausschlaggebender Bedeutung die Konkurrenz von Büchern ähnlichen Inhalts und deren Preise. Bei urheberrechtlich geschützten Büchern ist die Herausgabe desselben Buches von verschiedenen Verlegern, also eine direkte Konkurrenz, wie an anderer Stelle ausgeführt wurde, ja ausgeschlossen. Trotzdem vermag die indirekte Konkurrenz von Büchern ähnlichen Inhalts in der Praxis nicht weniger wirksam zu sein.

So wird dem Absatzproblem vom Verleger ganz besondere Sorgfalt gewidmet werden müssen. Der Erfolg wird zu einem guten Teil von dessen Tüchtigkeit und Fähigkeit, die für den Absatz seiner Verlagswerke wichtigen Symptome zu erfassen, die für den Buchabsatz wichtigen psychologischen und soziologischen, überhaupt irrationalen Momente zu spüren und auszuwerten, abhängen.

Entsprechend den besonders gelagerten Absatzverhältnissen am

Büchermarkt haben sich bestimmte Einrichtungen entwickelt, die das Angebot am Büchermarkt in die Wege leiten und die Buchware an die Konsumenten heranbringen. Die buchhändlerische Absatzorganisation wurde von uns schon oben ausführlich besprochen[1]).

Wie dort gezeigt wurde, erfolgt das Anbieten der Buchware durch die Buchverlagsunternehmung in der Hauptsache nicht direkt an den Konsumenten, sondern durch Vermittlung des vertreibenden Buchhandels.

Wenn auch der Vertrieb der Buchware über den vertreibenden Buchhandel als die Regel anzusehen ist, so wird doch in manchen Fällen auch vom einzelnen Verleger direkt an die letzten Konsumenten herangetreten und geliefert. Wir haben schon darauf hingewiesen, daß die Möglichkeit der direkten Lieferung an den Konsumenten am ehesten bei Spezialverlagen gegeben ist, die es mit einem abgrenzbaren, bekannten Abnehmerkreis für ihre Verlagswerke zu tun haben.

Da die meisten Bücher ihre Abnehmer nicht von selbst finden, ja bei der Fülle der jährlich am Büchermarkt erscheinenden Bücher ihnen von selbst nicht einmal bekannt werden, besteht die Notwendigkeit einer intensiven Werbung, und zwar zunächst einmal beim vertreibenden Buchhandel, der dann neben dem Verleger die Werbung dem Konsumenten gegenüber besorgt. Die Buchwerbung ist insofern erschwert, als jedes einzelne Buch, das an den Markt gebracht wird, seiner Eigenart entsprechend eine individuelle Werbung erfordert, während bei anderen Gütern eher eine Werbung für die ganze Warengattung möglich ist.

Die einzelnen Vertriebsmaßnahmen des Verlegers gegenüber dem vertreibenden Buchhandel wurden schon besprochen. Es handelt sich hierbei um Anzeigen in buchhändlerischen Fachblättern, um Versendung von Prospekten, Rundschreiben u. ä., um Besuche durch Reisevertreter. Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang auch die Einrichtung einer genauen und zuverlässigen Bibliographie, die es dem einzelnen Buchhändler ermöglicht, den Verlag, den genauen Titel, das Erscheinungsjahr und den Preis jedes einzelnen Buches festzustellen. Die buchhändlerischen Messen haben ihre Bedeutung als Werbeveranstaltung heute zum größten Teil verloren. Mit der Ausbildung der modernen Verkehrsmittel war die Möglichkeit ge-

[1]) Siehe oben S. 49 ff.

schaffen, unabhängig von Ort und Zeit neue Bücher an den Markt zu bringen, während früher das Angebot an den Buchhandel in der Hauptsache nur während der Messe erfolgen konnte. Ein wichtiges Vertriebsmittel dem Buchhandel gegenüber ist ferner die Einräumung günstiger Rabatte und günstiger Zahlungsbedingungen seitens des Verlegers. Auch darüber wurde schon Näheres ausgeführt. Zu besonderer Entwicklung gelangte beim Buchvertrieb die Lieferung in Kommission, das sogenannte „Bedingtsystem", dessen „Vor- und Nachteile" wir ebenfalls kennengelernt haben.

Die Werbung beim Konsumenten durch den Verleger selbst — neben der des vertreibenden Buchhandels — hat sich durch die Unmöglichkeit, daß der einzelne Buchhändler bei der Fülle der Buchproduktion jedem einzelnen Verlagswerk die individuell erforderliche Sorgfalt angedeihen lassen kann, als notwendig erwiesen.

Was den Verkehr des Verlegers mit dem vertreibenden Buchhandel im einzelnen und die den räumlichen Bedingungen des Büchervertriebs entsprechenden technischen Verkehrseinrichtungen betrifft, so verweisen wir auf unsere früheren Ausführungen darüber[1]).

Die Kosten der Werbung und des gesamten Vertriebs der Buchware spielen für die Buchverlagsunternehmung keine geringe Rolle. Ihre Höhe, namentlich die Höhe der Werbungskosten, ist bei den einzelnen Verlagen den individuellen Verhältnissen entsprechend verschieden; sie hängt ab vom Charakter der Verlagserzeugnisse und vom Grad ihrer Verkäuflichkeit. Bei den Vertriebskosten, die in der Hauptsache Versandspesen, Kommissionsgebühren u. ä. umfassen, spielen auch die Kosten, welche die Bedingtlieferung verursacht, eine Rolle. Da, wie erwähnt, selbst vom vertreibenden Buchhandel zum großen Teil nur einzelne Exemplare eines Buches von der einzelnen Buchverlagsunternehmung bezogen werden und diese Einzelbezüge einen geringen Wert repräsentieren, können die Versandkosten unter Umständen den Wert der einzelnen Sendung sogar übersteigen. Zum Zweck der Ersparnis an Versandspesen und damit zur Verbilligung des gesamten Verkehrs zwischen Verlag und vertreibendem Buchhandel wurde daher der von uns schon beschriebene Verkehr über den Kommissionsplatz geschaffen.

Ist der Verkauf der Ware getätigt, so ist damit der Geldumwand-

[1]) Siehe oben S. 55 ff.

lungsprozeß noch nicht unbedingt beendet. Dies ist nur dann der Fall, wenn gleichzeitig mit dem Besitzergreifen der Ware durch den Käufer auch die Bezahlung erfolgt. Es gehört jedoch zu den Gepflogenheiten unserer Wirtschaft, dem Käufer für die Bezahlung der gekauften Ware eine Frist, das sogenannte Ziel, zu gewähren. Wohl wünscht der Unternehmer nach vollzogenem Verkauf das bisher gebundene Geld mit dem erhofften Gewinn möglichst rasch wieder in die Hand zu bekommen; doch kaum ein Unternehmer wird sich jener Gepflogenheit, den Abnehmern seiner Ware Kredit zu gewähren, entziehen können. Die Dauer des gewährten Zieles ist von Unternehmung zu Unternehmung, zum großen Teil sogar bei einer Unternehmung den einzelnen Käufern gegenüber verschieden, wenn auch in den einzelnen Wirtschaftszweigen bestimmte Gewohnheiten oder Abmachungen darüber bestehen.

Auch innerhalb des Buchhandels haben sich hinsichtlich der Zahlungsbedingungen und der Zielgewährung bestimmte Gewohnheiten herausgebildet. Bereits bei der Besprechung der im Buchhandel üblichen Lieferungsformen war davon kurz die Rede[1]). Die Lieferungen vom Verlag an den vertreibenden Buchhandel[2]) erfolgen, wie oben beschrieben, entweder „fest", in fester Rechnung, oder „bedingt". Bei der Lieferung in fester Rechnung lassen sich hinsichtlich des Zahlungsmodus wiederum die Lieferung gegen „bar", „zahlbar nach Empfang" und in „Zielrechnung" unterscheiden. Die Bezahlung bei der Lieferung gegen bar erfolgt jedoch meist nicht durch unmittelbare Geldhingabe — eine solche ist nur möglich bei Abholung der gekauften Bücher in den Geschäftsräumen selbst, nicht dagegen beim Versand nach auswärts —, sondern der fällige Geldbetrag wird durch Nachnahme (durch die Post oder durch den buchhändlerischen Abrechnungsverkehr[3]) erhoben. Die Frist zwischen Verkauf und Geldeingang beträgt bei dieser Art der Lieferung in der Regel nur wenige Tage oder längstens (bei der Abrechnung über den Kommissionär oder die BAG.) etwa 2—3 Wochen. Bei der Lieferung in Zielrechnung

---

[1]) Siehe oben S. 56 ff.

[2]) Wir beschränken uns hier auf den Verkehr mit dem vertreibenden Buchhandel, da die Lieferung an den letzten Konsumenten nicht die Regel ist.

[3]) Über den Kommissionär (vgl. oben S. 65) oder durch die Buchhändler-Abrechnungsgenossenschaft (BAG.) (vgl. oben S. 67).

dagegen gewährt der Verleger ein Ziel, dessen Dauer für die einzelnen Kunden individuell verschieden ist und sich etwa zwischen 1—6 Monaten bewegt. Über die bedingt gelieferten Bücher muß teils halb-, teils ganzjährlich abgerechnet werden. Der Hauptabrechnungstermin war früher der Sonntag Kantate. Die heute geltenden Abrechnungstermine wurden schon oben S. 57 angegeben. Der Sortimenter kann bei dieser Art der Lieferung unter Umständen einen Kredit von 15½ Monaten oder sogar von über zwei Jahren in Anspruch nehmen[1]). Für den Verleger ist es jedoch bei dieser Art der Lieferung noch nicht einmal gewiß, daß er nach Ablauf des Zieles für die gelieferte Ware Geld erhält, da ihm die nichtverkaufte Ware wieder zurückgeschickt werden darf.

Da der Verleger in der Regel mit einer beträchtlichen Zahl von Kunden im Verkehr steht, von denen ein großer Teil jedoch nur geringwertige Bezüge vornimmt, wird hinsichtlich der Art der Lieferung und der Zahlungsbedingungen eine Klassifizierung der Kunden vorgenommen. So kann man wohl behaupten, daß Kunden, die nur selten und dann nur Einzelbezüge tätigen, mit dem Verleger also in keinem regen Geschäftsverkehr stehen, in der Hauptsache nur gegen bar beliefert werden. Solchen Kunden aber, welche regelmäßig Bücher in größeren Mengen beziehen, wird der Verleger eher geneigt sein, längere Kreditfristen einzuräumen, ihnen also in Zielrechnung und bedingt zu liefern. Die Dauer der vom Verleger gewährten Kreditfristen ist aber außerordentlich verschieden und kann unter Umständen, wie erwähnt, sehr lange sein. Die Form des gewährten Kredits für die Festbezüge ist in der Regel die des offenen Buchkredits (wobei allerdings in der Regel Eigentumsvorbehalt nach § 455 BGB. und § 8b der buchhändlerischen Verkehrsordnung vereinbart ist).

Bis zum Rückfluß des Geldes in die Unternehmung währt das Risiko. Wohl reicht der Hauptanteil des Unternehmungsrisikos nur bis zum Verkauf; denn die Ware ist abgesetzt und die Rückverwandlung in Geld ist in die Wege geleitet. Das Risiko besteht aber noch fort, wenn auch in vermindertem Maße, solange das dem Käufer gewährte Ziel läuft. Denn auch die Kreditgewährung birgt

---

[1]) Vgl. oben S. 58.

Gefahren in sich, um so mehr, je länger die eingeräumte Kreditfrist dauert. Mag der Kunde zur Zeit des Verkaufsabschlusses auch in hohem Maße kreditwürdig sein, so ist doch Bonität kein Dauerzustand, und je länger das gewährte Ziel ist, desto eher kann sie Schwankungen unterworfen sein. Davon legen die Berichte über Zahlungseinstellungen ein beredtes Zeugnis ab.

Die oben geschilderten Zahlungsbedingungen sind wohl im Buchhandel üblich, bilden jedoch keine Norm. Denn je nach den wirtschaftlichen Verhältnissen werden sich Gepflogenheiten herausbilden, die diesen Rechnung tragen. Es wird auch ein beständiger Kampf der Interessen der beiden Marktparteien in dieser Frage bestehen. Es ist verständlich, daß der Verleger auf der einen Seite dem Wunsche Ausdruck verleiht, das Ziel abzukürzen, um möglichst rasch wieder zu Geld zu kommen. Es wird jedoch die Frage sein, ob hier rigoros vorgegangen werden kann. Denn auch das Gewähren günstiger Zahlungsbedingungen ist ein Mittel der Unternehmerpolitik. Auf der anderen Seite, beim vertreibenden Buchhandel, besteht das Bestreben, die Kreditfristen möglichst auszudehnen. Denn eine günstigere Art des Finanzierens kann es für ihn nicht geben. Das Einhalten der gewährten Fristen wird davon abhängig sein, ob es ihm selbst gelingt, die Ware abzusetzen und vom Konsumenten das Geld hereinzubekommen, eine Schwierigkeit, die häufig beklagt wird.

Der Verkehr des Verlegers mit vielen Abnehmern, die zum Teil nur selten und vereinzelt von ihm beziehen, deren Bonität dem einzelnen Verleger daher kaum bekannt sein kann, haben eine Einrichtung ins Leben gerufen, die den Verleger über ihre Kreditwürdigkeit unterrichten soll. So wurde vom „Deutschen Verlegerverein[1])“ eine „Kreditliste“ geschaffen, in der über jeden einzelnen Buchhändler Auskunft gegeben wird und die fortlaufend ergänzt wird[2]), so daß von einer Art Kundenüberwachung gesprochen werden kann.

Der Rückfluß der Gelder in die Buchverlagsunternehmung wird nach dem Geschilderten zeitlich außerordentlich verschieden sein.

---

[1]) Heute „Fachschaft Verlag“ im „Bund reichsdeutscher Buchhändler“.

[2]) Durch das „Vertrauliche Verzeichnis von Schuldnern“, hersg. vom „Verlag der Kreditliste und Werbeanschriften“, einer Einrichtung der Fachschaft Verlag.

Abgesehen vom Verlauf des Absatzes — wenn wir also nur die Kreditgewährung im Auge haben —, wird der Rückfluß des Geldes vor allem von der Art der Lieferung abhängen. Am langsamsten erfolgt er demnach bei der Lieferung in Kommission.

Die Wirkung dieser Umstände wird auch für die Fragen des Geldbedarfs und der Finanzierung der Buchverlagsunternehmung von Bedeutung sein.

Im Anschluß an die Schilderung der einzelnen Phasen, die sich beim Geldumwandlungsprozeß einer Buchverlagsunternehmung unterscheiden lassen, soll im folgenden noch der Frage der Dauer dieses Geldumwandlungsprozesses einige Aufmerksamkeit gewidmet werden. Dabei werden sich auch Aufschlüsse darüber ergeben, wie die aufgewendeten Gelder in die Buchverlagsunternehmung zurückfließen, eine Frage, die für die Abgrenzung des Geldbedarfs und die Finanzierung einer Unternehmung von großer Wichtigkeit ist. Wenn wir bei der Erörterung der Dauer des geldlichen Reproduktionsprozesses in einer Buchverlagsunternehmung diesen Prozeß gleichsam in der Gesamtheit überblicken, wird sich das Bild des Geldumwandlungsprozesses noch deutlicher gestalten.

Auf die Frage der Dauer der Geldumwandlung in einer Buchverlagsunternehmung darf jedoch nicht eine Antwort erwartet werden, die über die tatsächliche Dauer des Geldumwandlungsprozesses Auskunft gibt. Eine solche Antwort zu geben, ist unmöglich; denn die Dauer der Geldumwandlung ist vor allem von der Aufnahme der Ware im Markte, die zum voraus völlig unberechenbar ist, abhängig. Es kann vielmehr nur versucht werden, die verschiedenen Möglichkeiten anzudeuten und daraus für die Dauer und den Verlauf der Geldumwandlung Schlüsse zu ziehen.

Es ist auch nicht möglich, diese Frage für die Buchverlagsunternehmung im ganzen zu beantworten, sondern es wird für jedes Teilunternehmen, deren sich in der Gesamtunternehmung teils neben-, teils nacheinander eine Reihe abwickeln, nämlich für die Geldumwandlung bei jedem einzelnen Verlagswerk, eine gesonderte Untersuchung angestellt werden müssen. Es wird somit, wenn wir über die Dauer der Geldumwandlung etwas erfahren wollen, im

Einzelfalle, bei jedem Teilunternehmen, zu prüfen sein, wann die ersten Investitionen zu machen sind, wie lange es dauert, bis die verkaufsbereite Ware vorliegt, wie lange sich der Absatz hinzieht und wie nach Ablauf des gewährten Zieles der Geldrückfluß sich gestaltet.

Da ist zu sagen, daß in jedem Einzelfalle die Verhältnisse verschieden gelagert sind. Schon der Zeitpunkt der ersten Aufwendung ist außerordentlich verschieden: Er kann weit vor Inangriffnahme der Herstellung liegen, so wenn z. B. dem Autor ein Honorarvorschuß gewährt wird, er kann unter Umständen sogar erst in die Absatzzeit fallen, so daß die Aufwendungen zum Teil schon durch eingehende Gelder gedeckt werden können. Die einzelnen Beträge für Honorar, Papier, Satz und Druck, Buchbinderarbeit usw. sind, wie schon ausgeführt wurde, jedenfalls zu verschiedenen Zeitpunkten fällig. Wie lange die aufgewendeten Gelder gebunden bleiben, hängt, abgesehen von der Dauer des gewährten Zieles, vor allem vom Verlauf des Absatzes ab. Jedenfalls ist der Verlauf des Absatzes bei einer Ware, die, wie das Buch, immer nur in größeren Mengen auf einmal, also in der Regel auf Vorrat hergestellt wird, für die Dauer des Geldumwandlungsprozesses von ausschlaggebender Bedeutung.

Der Verlauf des Geldumwandlungsprozesses wird in der Regel folgendes Bild bieten: Die Aufwendungen werden zu verschiedenen Zeitpunkten in einzelnen größeren Beträgen zu leisten sein, da die gesamte Herstellung einer Auflage (außer dem Binden des Buches) in einem Herstellungsgang vorgenommen werden muß. Der Geldrückfluß dagegen wird sich, da in der Regel nur ein Verkauf von einzelnen oder von nur relativ wenigen Exemplaren zusammen an den einzelnen Abnehmer möglich ist, in vielen kleinen Einzelbeträgen vollziehen. Dem Geldausgeben auf der einen Seite in größeren Beträgen entspricht also auf der anderen Seite ein allmähliches Zurückfließen des Geldes in vielen kleinen Beträgen.

Da die Dauer der Geldumwandlung in der Buchverlagsunternehmung vor allem durch die Dauer und den Verlauf des Absatzes der einzelnen Verlagswerke bestimmt wird, wollen wir im folgenden den Absatzverlauf einzelner Buchtypen daraufhin untersuchen. Wir beschränken uns dabei auf einige Beispiele aus der Gattung Schulbuch, belletristisches Buch und wissenschaftliches Buch.

Der Verlauf des Absatzes eines Schulbuches wird entsprechend dem ausgeprägten Bedarfsrhythmus[1]) ein regelmäßiges Auf und Ab, das zum voraus bekannt ist, aufweisen, wie das Diagramm auf S. 95 veranschaulicht. Es zeigt den Absatzverlauf von drei Schulbüchern während dreier Jahre. Die in Frage kommenden Schulbücher werden jeweils am Anfang eines Schuljahres, das im April beginnt, angeschafft. Die Absatzkurven zeigen im gesamten gesehen in den einzelnen Jahren die gleiche Tendenz, schwanken jedoch in ihrer Höhe. Auch die Absatzkurven der einzelnen Bücher zeigen eine weitgehende Übereinstimmung der Tendenzen mit Ausnahme des zweiten Jahres, das einen Sonderfall darstellt. In den drei Jahren beginnt der Absatz in der Hauptsache im Monat Februar, steigt im März rasch bis zum Höhepunkt an, fällt im April ebenso rasch wieder ab und erreicht bei den meisten Büchern im Mai den Nullpunkt. In den übrigen Monaten des Jahres findet kein oder nur ein geringer Umsatz statt. Im zweiten Jahre dagegen steigt die Absatzkurve der Bücher Ziffer 2 und 3 ausnahmsweise im Monat Juni noch einmal an und erreicht erst im Juli wieder den Nullpunkt. Dieser Wiederanstieg des Absatzes erklärt sich daraus, daß die Vorräte dieser beiden Bücher im April zu Ende gingen und daß infolgedessen der gesamte Bedarf damals nicht voll befriedigt werden kann. Es wurde daher ein Nachdruck hergestellt, durch den es im Juni möglich war, den noch vorhandenen Bedarf zu befriedigen. Ähnlich liegt es im dritten Jahre beim Buch Ziffer 3. Auch hier reichten die Vorräte nicht aus, so daß während der Hauptabsatzzeit noch weitere Exemplare hergestellt werden mußten, die in der Hauptsache während des Juni zur Auslieferung gelangten. Buch Ziffer 1 erzielte allein innerhalb des zweiten Jahres einen, wenn auch unbedeutenden Absatz in den ruhigen Monaten.

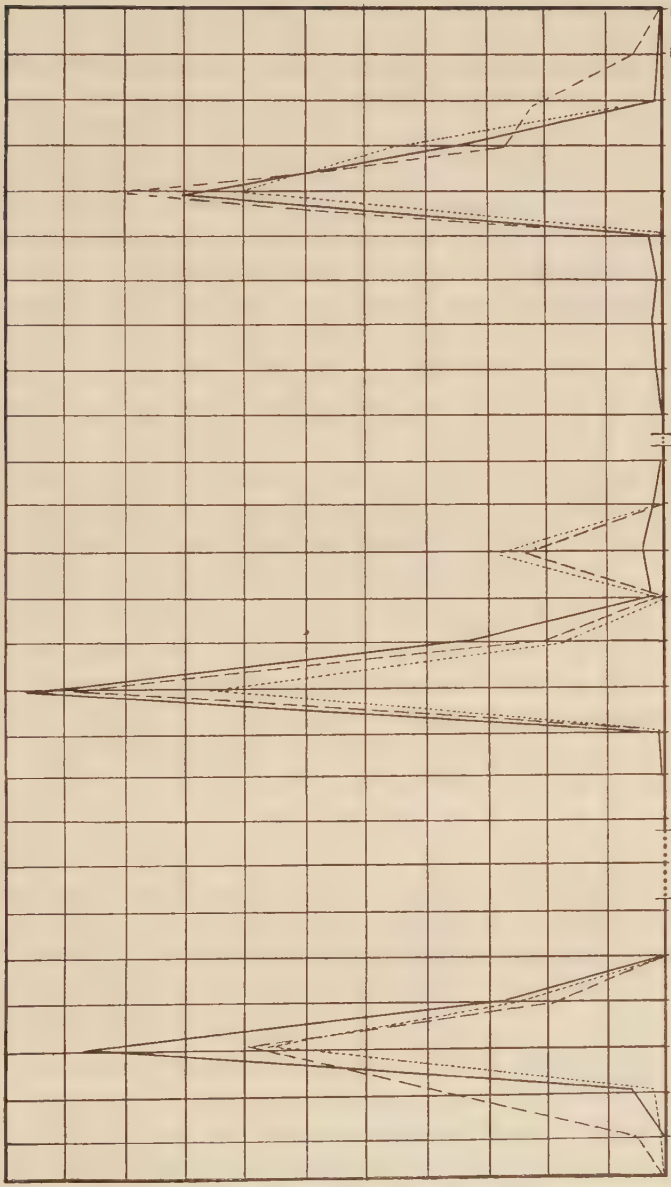
Das dargestellte Beispiel ist typisch für den Absatzverlauf von Schulbüchern und bestätigt unsere oben gemachten Behauptungen. Charakteristisch ist das regelmäßige Auf und Ab der Umsatzkurve, das Zusammendrängen fast des gesamten Umsatzes auf einen Zeitraum von wenigen Monaten innerhalb des Jahres. Welche Monate jeweils die Hauptabsatzmonate für ein Schulbuch sind, hängt im einzelnen davon ab, zu welcher Zeit es für den Unterricht benötigt

---

[1]) Vgl. oben S. 84.

Absatzverlauf von Schulbüchern

Buch 1. ————
Buch 2. – – – – –
Buch 3. .....



wird. Da diese Zeit bei einzelnen Schulen eine verschiedene sein kann, ist es auch möglich, daß ein Schulbuch eine zweimalige Absatzzeit innerhalb eines Jahres erlebt. Unserem Beispiel sind Schulbücher zugrunde gelegt, die in einer bestimmten Anzahl gleichartiger Schulen Einführung gefunden haben. Daraus erklärt sich die auffallende Gleichmäßigkeit des Absatzverlaufes und die verhältnismäßig geringe Schwankung der erreichten Umsatzhöhen. Bei Schulbüchern, die nicht oder noch nicht für den Gebrauch in einem bestimmten Kreise von Schulen eingeführt sind, für die der Verleger immer wieder nach neuen Abnehmern suchen muß, werden naturgemäß die Gesamtumsatzziffern jedes Jahres größere Schwankungen aufweisen. Jedoch auch bei ihnen vollzieht sich der Absatz nicht kontinuierlich, sondern stoßweise.

Dieser eigenartige, in regelmäßigen Abständen sich vollziehende Absatz wird auch dem Verlauf des Geldumwandlungsprozesses sein Gepräge verleihen. Da die Absatzzeit bei diesen Büchern zum voraus bekannt ist, ist für den Verleger die Möglichkeit gegeben, auch die Dauer der Geldumwandlung in etwa zu berechnen, ein nicht zu unterschätzender Vorteil. Die geldliche Reproduktion kann sich, da zudem die gewährten Kreditfristen beim Schulbuchgeschäft etwas kürzer sind und im Durchschnitt mit etwa zwei Monaten angesetzt werden können, etwa in einem halben Jahr vollziehen. Voraussetzung ist jedoch dabei, daß es gelingt, innerhalb der „Saison" wenigstens so viele Exemplare abzusetzen, daß durch ihren Verkauf die Selbstkosten gedeckt werden können. Gelingt es jedoch nicht, einen Absatz in der erforderlichen Höhe zu erreichen, so bleibt der noch nicht gedeckte Restbetrag gebunden bis zur nächsten Absatzperiode. Dabei ist es aber eine Frage, ob die noch vorhandenen Vorräte zu diesem Zeitpunkt auch abgesetzt werden können, da unter Umständen die bisher benutzten Schulbücher nicht mehr verwendet werden. Dieser Gefahr des Unbrauchbarwerdens sind eingeführte Schulbücher weniger ausgesetzt als sogenannte freie Schulbücher. Der Erfolg wird also in erster Linie davon abhängen, ob es gelingt, innerhalb der Hauptabsatzzeit möglichst die ganzen vorhandenen Vorräte abzusetzen; zugleich wird offenbar, welche Bedeutung der Abschätzung des Bedarfs und der darauf beruhenden Bemessung der Auflagenhöhe durch den Verleger zukommt. Auch in dieser Hinsicht werden bei ein-

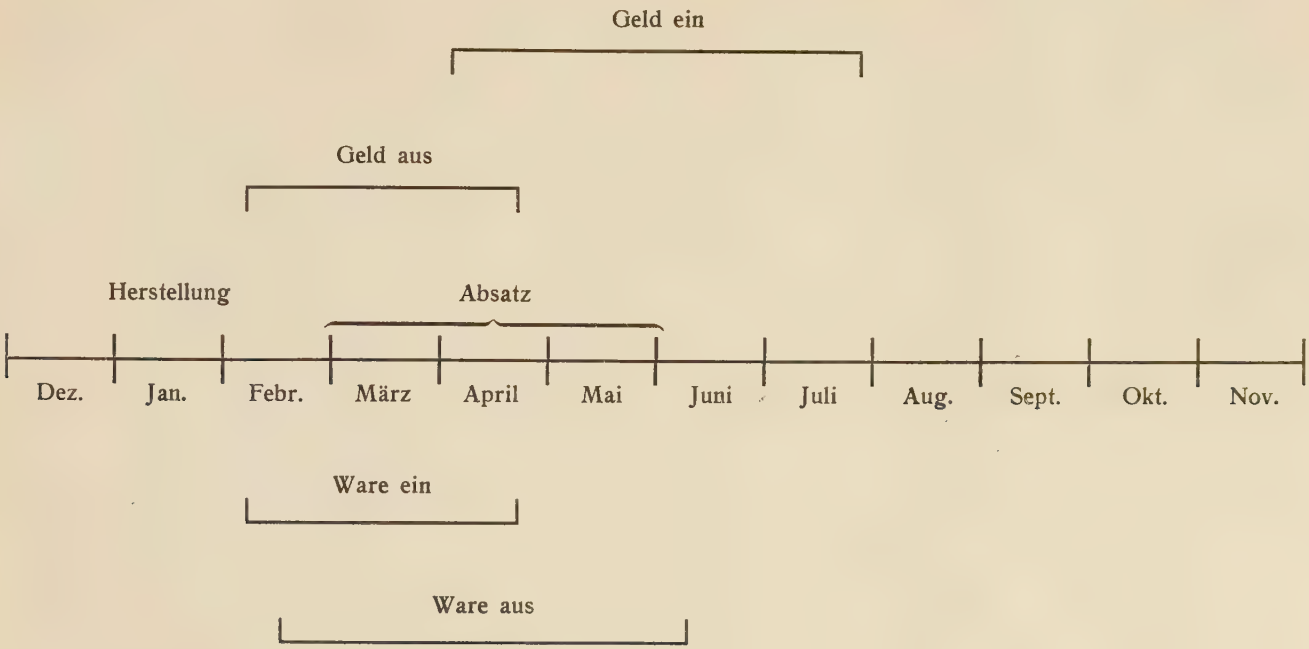
geführten Schulbüchern die Verhältnisse leichter zu durchschauen sein als bei freien Schulbüchern, da bei ihnen der Abnehmerkreis (Schülerzahlen!) bekannt ist.

Einen schematischen Überblick über den geldlichen Reproduktionsprozeß bei Schulbüchern soll das Diagramm auf S. 98 vermitteln. Man sieht: die Hauptbeträge der Aufwendungen sind in den der Herstellung folgenden Monaten, also in der Absatzzeit, zu leisten. (Es ist angenommen, daß dem Verleger von seinen Lieferanten ein übliches Ziel eingeräumt wurde und das Honorar frühestens nach Beendigung der Herstellung fällig ist. Von einer Berücksichtigung der laufenden Unkosten wurde abgesehen.) Ein Teil der Herstellungskosten kann daher schon durch eingehende Gelder gedeckt werden. Die gesamte finanzielle Transaktion wickelt sich in einem halben Jahre ab. Das aufgewendete Geld ist nach dieser Zeit wieder in die Unternehmung zurückgeströmt und liegt zur Verwendung für weitere Unternehmungen bereit. Mag sich auch im Leben die Sache nicht so einfach abspielen, wie es durch dieses Diagramm dargestellt wurde, so zeigt doch das Schema den charakteristischen Verlauf des geldlichen Reproduktionsprozesses beim Verlag von Schulbüchern.

Während der Absatz von Schulbüchern sich zum größten Teil mit einer gewissen Regelmäßigkeit, gleichsam in vorgezeichneten Bahnen vollzieht, ist für den Verlauf des Absatzes belletristischer Bücher gerade eine Unbestimmtheit und Unberechenbarkeit typisch, ist die Individualität des Absatzverlaufs jedes einzelnen Werkes charakteristisch. Es ist daher unmöglich, bei dieser Art von Büchern, so wie bei den Schulbüchern, eine Art Schema des Absatzverlaufs aufzustellen. Es kann vielmehr nur auf die Mannigfaltigkeit der Möglichkeiten und die seltsamen Schicksale, die einzelne Bücher auf dem Markt erfahren, hingewiesen werden.

Bei dieser Gruppe von Büchern handelt es sich um Bücher, die sich im Gegensatz zum Schulbuch nicht an einen bestimmten, von vornherein der Größe nach mehr oder weniger bekannten Abnehmerkreis wenden, um Bücher, die nicht wie das Schulbuch als ein notwendiges Gebrauchsbuch einem Kaufzwang unterworfen sind, sondern um Bücher, die in die Kategorie der mehr oder weniger entbehrlichen Artikel des Kulturbedarfs einzuordnen sind.

Geldumwandlungsprozeß bei Schulbüchern



Der Absatz solcher Bücher ist daher in besonderem Maße von irrationalen Momenten abhängig. Wir haben bei der Untersuchung des Büchermarktes schon auf die psychologischen, soziologischen und wirtschaftlichen Momente hingewiesen, die auf der Nachfrageseite eine Rolle spielen. Die Absatzverhältnisse bei diesen Büchern sind auch insofern von denen der Schulbücher verschieden, als im gesamten gesehen Absatzmöglichkeiten zu jeder Zeit innerhalb eines Jahres gegeben sind, Bedarf also nicht, wie bei Schulbüchern, nur zu bestimmten Zeiten innerhalb eines Jahres auftritt. Die Absatzkurve eines belletristischen Buches wird daher nicht wie die eines Schulbuches regelmäßig unterbrochen sein; und während die Absatzkurven verschiedener Schulbücher die gleichen Tendenzen zeigen, wird dies bei den Absatzkurven verschiedener belletristischer Bücher weniger zu beobachten sein; sie werden meist einen ganz unterschiedlichen Verlauf aufweisen.

So verschiedenartig der Verlauf des Absatzes bei jedem einzelnen Buch dieser Gattung ist, so unterschiedlich ist auch die Dauer des Absatzes beim einzelnen Buch. Neben aktuellen Schriften, deren Erscheinen irgendein Ereignis politischer, wirtschaftlicher, technischer, allgemein kultureller Art, ein Naturereignis usw. ausgelöst haben mag, und deren Lebensrhythmus schon nach wenigen Monaten oder sogar Wochen abgelaufen ist, finden sich Bücher, die sich jahrelang am Büchermarkt zu halten vermögen, wenn nicht sogar jahrzehntelang, wie z. B. manche Werke der Klassiker, die Menschenalter hindurch immer wieder von neuem am Büchermarkt erscheinen.

Wenn auch einzelne Bücher dieser Gruppe eine auffallende Langlebigkeit besitzen, so ist doch gerade für Bücher dieser Art ein kürzerer Lebensrhythmus charakteristisch. Denn besonders auf dem Gebiet der belletristischen Literatur tritt, wie wir bei der Betrachtung der Absatzverhältnisse dargestell haben, ein andauernder rascher Wechsel, der zum Teil auch von Modeströmungen bedingt ist, augenfällig in Erscheinung.

Die Wirkung dieses andauernden Wechsels des Bedarfs auf den Lebensrhythmus eines solchen Buches zeigt sich nun darin, daß seine Absatzfähigkeit zeitlich stark eingeschränkt wird; denn schon im nächsten Jahr oder in der nächsten „Saison“ ist es veraltet. Der wirtschaftliche Erfolg des Verlags solcher Bücher wird daher

vor allem auch davon abhängen, ob es gelingt, einen möglichst großen Absatz in der relativ kurzen Zeit der „Saison“ zu erzielen. Die Aussichten, nach dieser Zeit noch vorhandene Restbestände absetzen zu können, sind auf jeden Fall wesentlich schlechter.

Da das Buch seinem Wesen nach als Geistesgut und Mittler von Geist lebt, sein Lebensschicksal daher von außerwirtschaftlichen Faktoren bestimmt ist, wird auch das Marktschicksal jedes einzelnen Buches von so vielen Zufälligkeiten und Unberechenbarkeiten bestimmt, daß es unmöglich ist, Allgemeingültiges über Verlauf und Dauer des Absatzes auszusagen. „Der Absatz vollzieht sich nach Gesetzen, die sich menschlichem Ermessen verschließen[1]).“

Auch über den Verlauf und die Dauer des Absatzes wissenschaftlicher Bücher trifft im allgemeinen zu, was beim belletristischen Buch ausgeführt wurde. Doch wird man wohl behaupten können, daß wissenschaftliche Bücher in der Regel langlebiger sind, einen länger gestreckten Absatzrhythmus aufweisen als belletristische Bücher. In der Gegenwart kann aber auch, wie Verleger wissenschaftlicher Literatur berichten, auf dem Gebiete der wissenschaftlichen Literatur eine Verkürzung der Lebensdauer dieser Bücher festgestellt werden, was wohl ebenfalls auf eine Auswirkung des gesteigerten Tempos des geistigen Lebens schließen läßt.

Über die Dauer des Geldumwandlungsprozesses beim Verlag belletristischer wie auch wissenschaftlicher Bücher läßt sich daher bei dem wechselvollen und unterschiedlichen Marktschicksal der einzelnen Bücher als charakteristisch nur deren außerordentliche Mannigfaltigkeit hervorheben. Der Geldumwandlungsprozeß kann sich in wenigen Wochen oder Monaten abwickeln oder über Jahre und Jahrzehnte hinziehen.

Das Bild, das wir in den bisherigen Ausführungen vom Geldumwandlungsprozeß in der Buchverlagsunternehmung entworfen haben, bedarf noch einer Ergänzung. Es wurde bisher die stillschweigende Voraussetzung gemacht, daß das einzelne Verlagswerk nur in einer einzigen Auflage an den Markt gebracht wird, daß

---

[1]) Bücking, H.: A. a. O. S. 112.

also geldmäßig gesehen die verschiedenen erforderlichen Aufwendungen jeweils nur einmal zu machen sind, daß der Geldumwandlungsprozeß eines Verlagswerkes in einem einzigen Rhythmus abläuft. Sobald jedoch mehrere Auflagen eines Verlagswerkes nacheinander hergestellt werden, wie es häufig auf dem Gebiet der schönen Literatur, z. B. bei erfolgreichen Romanen oder bei Schulbüchern vorkommt, wiederholt sich der Einsatz der Geldbeträge bei jeder neuen Auflage. Die durch den Verkauf der jeweils vorhergehenden Auflage in die Unternehmung zurückfließenden Gelder werden zur Herstellung der neuen Auflage wieder aufgewendet, das riskante Spiel einer neuen Geldumwandlung wird wieder begonnen. Der Geldumwandlungsprozeß eines Verlagswerkes vollzieht sich also bei der Herstellung verschiedener Auflagen in verschiedenen aufeinanderfolgenden Rhythmen.

Gelingt es, die Auflage eines Verlagswerkes abzusetzen und die investierten Gelder vermehrt um einen Gewinn wieder hereinzubekommen, so hat damit der Geldumwandlungsprozeß sein gewünschtes, gleichsam natürliches Ende genommen. Dieses „natürliche" Ende erreicht er aber in manchen Fällen nicht. Der Absatz stockt, Gelder für verkaufte Ware gehen nicht mehr ein, oder der Markt verweigert die Aufnahme eines angebotenen Werkes überhaupt. Ist der übliche Vertriebsweg versperrt und der ursprünglich festgesetzte Preis nicht zu halten, dann wird der Verleger versuchen, sofern das in Frage stehende Werk dazu geeignet ist, es durch Verkauf an der sog. moderne Antiquariat oder den Restbuchhandel zu niedererem Preise[1]) noch unterzubringen, um von den investierten Geldern wenigstens einen Teil wieder zu erhalten. Ist auch dieser Weg nicht gangbar, bleibt als letzte Möglichkeit nur noch der Verkauf der Restvorräte eines Verlagswerkes als Altpapier („Makulatur"). Der Geldumwandlungsprozeß findet in allen diesen Fällen ein Ende, bei dem die Aufwendungen zum Teil, wenn nicht sogar ganz verloren sind. In jeder Buchverlagsunternehmung werden solche Verluste bei einzelnen Verlagswerken entstehen, jeder Verleger wird von solchen „Nieten" zu berichten wissen.

Für die Buchverlagsunternehmung im ganzen gesehen bringen die einzelnen Verlagswerke mit ihrem unterschiedlichen Markt-

---

[1]) Damit ist der feste Ladenpreis aufgehoben und nicht mehr geschützt.

schicksal einen Ausgleich. Der Geldumwandlungsprozeß der gesamten Buchverlagsunternehmung wird sich also darstellen als ein fortlaufendes Sichabwickeln einzelner sich überschneidender Teilprozesse von verschiedenem Rhythmus. Die in die Unternehmung zurückfließenden Gelder werden immer wieder von neuem investiert und dem Risiko ausgesetzt, um wieder den Geldumwandlungsprozeß zu durchlaufen und das Ziel der Unternehmung zu verwirklichen.

2. Kapitel

Der finanzielle Aufbau der Buchverlagsunternehmung

In den vorangegangenen Ausführungen wurden die näheren Umstände und Bedingungen aufgezeigt und die betrieblichen Voraussetzungen erörtert, unter denen der Unternehmergedanke in einer Buchverlagsunternehmung seine Verwirklichung findet. Wir haben schon darauf hingewiesen, daß in dem Umwandlungsprozeß von Geld in Mehrgeld die eigentlichen Unternehmungsprobleme beschlossen sind. Der Untersuchung dieser spezifischen Unternehmungsprobleme, so wie sie sich in einer Buchverlagsunternehmung darstellen, wollen wir uns im folgenden zuwenden. Zunächst sollen uns die Probleme des finanziellen Aufbaus der Buchverlagsunternehmung beschäftigen: das Problem des Kapitalbedarfs und das der Kapitalbeschaffung, der Finanzierung.

Wenn in diesem Zusammenhang vom Kapital einer Unternehmung gesprochen wird, ist es angebracht, zuvor klarzustellen, in welcher Bedeutung der Begriff „Kapital“ hier gebraucht wird. Denn weder über den Inhalt noch über den Umfang dieses Begriffes besteht eine einheitliche Auffassung. „Kapital“ soll hier gleichbedeutend mit „Geld“ verstanden werden. Für die Unternehmung ist jedenfalls nur Geld von unmittelbarer Bedeutung, all ihr Tun und Treiben orientiert sich am Gelde. Wohl werden einer Unternehmung Mittel nicht immer nur in Form von Geld zur Verfügung gestellt, sondern auch in Form von Sachgütern der verschiedensten

Art, wie Maschinen, Rohstoffen u. dgl. m. Der Unternehmer jedoch sieht in diesen Sachgütern in erster Linie die durch sie repräsentierten Geldbeträge, und als Geldbeträge finden sie Eingang in die Unternehmungsrechnung. Für den Betrieb sind alle diese Güter als solche von Bedeutung, im Betrieb werden sie auf ihre Eigenschaften, ihre Verwendbarkeit für technische Zwecke hin angesehen. Für die Unternehmung spielen sie nur insofern eine Rolle, als sie Geldaufwendungen verursachen und zu Gelderträgen führen; für die Unternehmung steht also durchaus der Geldgedanke im Vordergrund. So mag es gerechtfertigt sein, in diesem Zusammenhang den Begriff „Kapital" als gleichbedeutend mit „Geld" zu gebrauchen.

a) Der Kapitalbedarf der Buchverlagsunternehmung

Bei der Darstellung des Umwandlungsprozesses von Geld in die Ware Buch und zurück in Geld wurden die einzelnen Veranstaltungen der Buchverlagsunternehmung besprochen, die Geldaufwendungen verursachen. Hier gilt es, den Geldbedarf der Buchverlagsunternehmung im gesamten theoretisch abzugrenzen. Die Erörterung dieser Frage wird auch einen Einblick in den finanziellen Aufbau der Buchverlagsunternehmung gewähren.

Der Geldbedarf einer Unternehmung wird grundsätzlich seiner Höhe nach von zwei Komponenten bestimmt: einmal von Art, Umfang und Ausstattung des Betriebs, dessen die Unternehmung bedarf, um ihr Erwerbstreben zu verwirklichen, zum anderen von der Zeitspanne, die abläuft, bis die zur Ingangsetzung und Aufrechterhaltung des Betriebes jeweils eingesetzten Beträge, die Betriebsmittel, wieder zu Geld geworden sind. Da die Mittel, die für die Errichtung des Betriebes aufgewendet wurden, der Unternehmung ungleich länger zur Verfügung stehen müssen als die Mittel, die erforderlich sind, um den Betrieb in Gang zu setzen und am Leben zu erhalten, wird beim Kapitalbedarf einer Unternehmung eine Unterscheidung zwischen den einzelnen aufzuwendenden Beträgen je nach der Dauer ihrer „Verhaftung" zu machen sein. Man pflegt daher, wenn von der Ausstattung einer Unternehmung mit Kapital die Rede ist, zu trennen zwischen den Anlagewerten, dem Anlagevermögen, und den Betriebswerten, dem Betriebsvermögen

der Unternehmung. Eine bestimmte Relation für das Vehrältnis des Anlage- zum Betriebsvermögen einer Unternehmung läßt sich nicht angeben; denn dieses Verhältnis ist von Unternehmung zu Unternehmung verschieden, ja selbst innerhalb einer Unternehmung während ihrer Lebensdauer Schwankungen unterworfen. Das Verhältnis dieser beiden Größen ist jedoch für die Frage der Kostengestaltung in einer Unternehmung von Bedeutung. Je größer nämlich das Anlagevermögen einer Unternehmung ist im Vergleich zu ihrem Betriebsvermögen, desto höher wird der Anteil der fixen Kosten und als Folge davon desto geringer die Elastizität dieser Unternehmung sein, Fragen, welche für die Politik einer Unternehmung von großer Bedeutung sind.

Wenden wir uns nach diesen Vorbemerkungen der Frage des Kapitalbedarfs der Buchverlagsunternehmung zu. Wie hoch ist einmal das Anlagevermögen einer Buchverlagsunternehmung? Bei der Beschreibung des Betriebs der Buchverlagsunternehmung im vorangegangenen Kapitel konnte festgestellt werden, daß der Betrieb einer reinen Buchverlagsunternehmung in der Regel von sehr geringem Umfang ist. Er bedarf weder eigener Grundstücke noch Gebäude; er wird vielmehr meistens in gemieteten Räumen untergebracht. Auch sonstige feste Anlagen, wie z. B. Maschinen u. ä., fehlen. Allein durch die Einrichtung der erforderlichen Büro- und Lagerräume wird also das Anlagevermögen einer Buchverlagsunternehmung repräsentiert. Die Aufwendungen für feste Anlagen einer Buchverlagsunternehmung sind also absolut betrachtet gering.

Der weitaus größte Teil des erforderlichen Kapitals einer Buchverlagsunternehmung konzentriert sich auf Betriebsmittel, ist Betriebsvermögen. Dessen Größe richtet sich vor allem nach dem Produktionsprogramm, nach den vorhandenen Verlagsprojekten, die der Verleger auszuführen gedenkt. Es handelt sich also zunächst einmal um die Beschaffungs- und Herstellungskosten für jedes geplante Verlagswerk. Welche Aufwendungen dafür im einzelnen zu machen sind, wurde von uns schon bei der Darstellung des Geldumwandlungsprozesses der Buchverlagsunternehmung ausgeführt. Es sind die für den Erwerb der Verlagsrechte, für die Beschaffung des Papiers, für Satz und Druck sowie für das Binden der einzelnen Verlagswerke erforderlichen Aufwendungen. Sie sind ihrer Höhe nach für jedes einzelne Verlagswerk verschieden und

im gesamten gesehen jeweils als einmalige Beträge zu leisten. Der Geldbedarf der Buchverlagsunternehmung ist somit desto größer, je umfangreicher ihr Produktionsprogramm ist.

Er steigt noch um weitere Beträge, sooft neue Verlagswerke produziert werden, bevor die in der bisherigen Produktion investierten Mittel in der erforderlichen Höhe wieder in die Buchverlagsunternehmung zurückgeflossen sind, bevor also der Rhythmus der zuerst produzierten Verlagswerke abgelaufen ist und sich die für eine Neuproduktion erforderlichen Mittel wieder angesammelt haben. Es wird also auch die Dauer der Geldumwandlung für die Höhe des benötigten Kapitals von Einfluß sein. Erfahrungsgemäß pflegt sich der Geldrückfluß bei wissenschaftlichen Werken langsamer zu vollziehen als bei belletristischen Werken. Doch, um aus dieser Tatsache Folgerungen für die Höhe des Kapitalbedarfs der betreffenden Verlagsunternehmungen ziehen zu können, werden die Verhältnisse bei jeder einzelnen Buchverlagsunternehmung gesondert zu betrachten sein.

In diesem Zusammenhang soll auf eine für die Buchverlagsunternehmung als Produktionsunternehmung charakteristische Besonderheit hingewiesen werden. Obwohl die Buchverlagsunternehmung sich mit der Herstellung von Büchern befaßt, nimmt sie, wie bekannt, die Herstellung nicht in eigenen Produktionsbetrieben vor; sie finanziert nur die Herstellung von Büchern. Das Fehlen eigener Produktionsbetriebe gibt der Buchverlagsunternehmung hinsichtlich der zeitlichen Vornahme der Produktion eine weitgehende Bewegungsfreiheit und gestattet bis zu einem gewissen Grade die Anpassung an die im Markte auftretenden Bedarfsbewegungen. Im Vergleich zu anderen Produktionsunternehmungen entfällt bei ihr auch die Notwendigkeit einer kontinuierlichen Produktion, da sie ja nicht wie jene für fortlaufende Beschäftigung der ein hohes Anlagevermögen repräsentierenden Maschinen zu sorgen hat; das Problem der fixen Kosten wird daher bei einer Buchverlagsunternehmung nicht so sehr ins Gewicht fallen wie bei anderen Produktionsunternehmungen.

Es bestünde daher nach dem Gesagten für die Buchverlagsunternehmung theoretisch durchaus die Möglichkeit, mit der Herstellung neuer Verlagswerke jeweils solange zu warten, bis aus dem Verkauf älterer Verlagswerke die erforderlichen Mittel wieder ein-

gegangen sind; es wäre also möglich, die Herstellung neuer Verlagswerke zu ganz unterschiedlichen Zeiten mehr oder weniger willkürlich vorzunehmen. Doch mag von der produktionstechnischen Seite her für eine Buchverlagsunternehmung die Notwendigkeit fortlaufender Produktion auch nicht bestehen, so darf die „Produktionsungebundenheit des Verlegers", wie Pustet ausführt[1]), doch nicht zu stark betont werden. Denn von der Marktseite her ergibt sich doch für die Buchverlagsunternehmung ein gewisser Zwang, von Zeit zu Zeit neue Verlagswerke an den Markt zu bringen, um bei der scharfen Konkurrenz der Verleger untereinander die Fühlung mit dem vertreibenden Buchhandel und damit auch mit dem Konsum nicht zu verlieren. Die Produktion ist sogar in allen den Fällen zeitlich festgelegt, in denen Bücher bis zu einem bestimmten Termin an den Markt gebracht werden müssen, wenn sie abgesetzt werden sollen; so z. B. Schulbücher oder Bücher über Wintersport u. ä., überhaupt Bücher, die ihrem Inhalt nach nur zu bestimmten Zeiten ein Interesse finden. Der Buchverlagsunternehmung wird daher Kapital in solcher Höhe zur Verfügung stehen müssen, daß ihr ein gewisser Spielraum für die Herstellung neuer Verlagswerke gegeben ist, um so mehr, als auch mit der Möglichkeit von Verlusten früher investierter Gelder zu rechnen ist.

Bei der Abgrenzung der erforderlichen Betriebsmittel einer Buchverlagsunternehmung sind auch die Saisonbewegungen und Modeströmungen am Büchermarkt in Betracht zu ziehen. Der Bedarf an Betriebsmitteln wird daher beträchtliche Schwankungen aufweisen; und zu Zeiten werden an die Kapazität der einzelnen Buchverlagsunternehmung derartige Ansprüche gestellt, daß die eigenen Mittel den Anforderungen nicht mehr zu genügen vermögen, sondern Kredit in Anspruch genommen werden muß.

Wurde bisher die Höhe des Betriebsvermögens einer Buchverlagsunternehmung hauptsächlich von der Produktionsseite her abzugrenzen versucht, so soll es nun noch von der Seite des Warenvertriebs her geschehen. Mit der Herstellung der verkaufsbereiten Ware Buch ist das Ziel der Buchverlagsunternehmung ja noch nicht erreicht: Die Ware soll an den Markt gebracht und verkauft werden, um damit wieder zu den eingesetzten Geldbeträgen, womög-

[1]) Pustet, Fr.: A. a. O. S. 67.

lich mit einem Gewinn, zu führen. Der Vertrieb der Ware erfordert aber noch weitere Aufwendungen. Welcher Art diese sind, wurde schon in anderem Zusammenhang ausgeführt. Es ist hier noch zu sagen, daß Aufwendungen für den Vertrieb bei jedem neuen Verlagswerk, das an den Markt gebracht wird, zunächst gleichsam zur Einführung in bestimmten einmaligen Beträgen zu machen sind, daß aber daneben noch fortlaufend je nach der Absatzfähigkeit der einzelnen Verlagswerke weitere Vertriebskosten entstehen.

Zu den für die Herstellung und den Vertrieb der Buchware erforderlichen Betriebsmitteln kommt schließlich noch ein weiterer Betrag für die laufenden Unkosten, welche die Unterhaltung des Betriebs erfordert, und zwar solange, bis sie durch eingehende Gelder gedeckt werden können. Die laufenden Unkosten setzen sich zusammen aus Gehältern, Löhnen, Sozialabgaben, Miete, Kosten für Beleuchtung und Heizung, Steuern, Reisespesen, Aufwand für Bürobedarf u. dgl. m. Ihre Höhe bestimmt sich nach dem Umfang des Betriebs. Bei der vielen Kleinarbeit, welche vor allem der Vertrieb der Buchware mit sich bringt, sind die Unkosten, in Beziehung gesetzt zum Umsatz, verhältnismäßig hoch. Sätze bis zu 40—50% sind in der Praxis keine Seltenheit.

Der Bedarf an Betriebsmitteln für eine Buchverlagsunternehmung vermehrt sich also noch um je einen Betrag für Vertriebskosten und laufende Unkosten.

Zusammenfassend ist über den Kapitalbedarf einer Buchverlagsunternehmung zu sagen: Für die Höhe des erforderlichen Kapitals lassen sich keine bestimmten Grenzen ziehen. Es läßt sich nur ganz allgemein feststellen, daß die Aufwendungen für Anlagen äußerst gering sind im Verhältnis zu den Aufwendungen für Betriebswerte. Eine feste Relation zwischen Anlage- und Betriebsvermögen läßt sich ebenfalls nicht nachweisen. Das Betriebsvermögen ist vor allem vom Produktionsprogramm einer Buchverlagsunternehmung sowie von der Dauer der Geldumwandlung bei der einzelnen Unternehmung abhängig. Weiterhin konnte festgestellt werden, daß der Kapitalbedarf einer Buchverlagsunternehmung beträchtlichen Schwankungen unterworfen ist. Im übrigen liegen die Verhältnisse bei jeder einzelnen Buchverlagsunternehmung wieder verschieden; nur für den Einzelfall lassen sich Unterlagen für konkrete Zahlen liefern.

b) Die Finanzierung der Buchverlagsunternehmung

Wir haben bisher bei der Untersuchung des finanziellen Aufbaus der Buchverlagsunternehmung die Frage erörtert, in welcher Höhe und wozu Kapital gebraucht wird, in welchen Betriebswerten sich das aufgewendete Kapital niederschlägt, wir haben also gleichsam die Betriebseite der Buchverlagsunternehmung betrachtet; jetzt wollen wir uns der Kapitalseite zuwenden. Wir fragen, woher das aufgewendete Kapital stammt, welches die Quellen der geldlichen Aufwendungen sind, die zum Aufbau des Betriebs verwendet wurden, wer die Unternehmung finanziert. Wenn wir so der Betriebseite die Kapitalseite gegenüberstellen, die sich, was ohne weiteres einzusehen ist, im gesamten zahlenmäßig entsprechen müssen, so soll damit nicht behauptet werden, daß sich auch die Werte auf beiden Seiten einzeln entsprechen. Die Unternehmung muß vielmehr durchaus als ein unteilbares Ganzes angesehen werden. Daher entspricht der in einzelne Werte aufgeteilten Betriebseite auf der anderen Seite das gesamte, der Unternehmung zur Verfügung stehende Kapital. Wohl aber besitzt eine Aufteilung der Kapitalseite entsprechend den Betriebswerten einen theoretischen Wert, indem durch eine Gegenüberstellung der einzelnen Betriebswerte und der Kapitalquellen wirtschaftliche Notwendigkeiten und Beziehungen aufgezeigt werden können.

Für die Finanzierung einer Unternehmung bestehen grundsätzlich zwei Möglichkeiten: entweder die Finanzierung durch Eigen- oder durch Fremdkapital. In unserer heutigen Wirtschaft ist eine Finanzierung durch beide Arten zugleich das übliche. Ein Finanzieren durch Fremdkapital allein dürfte kaum vorkommen; sie würde auch dem Wesen der Unternehmung widersprechen, das ja gerade auf dem Einsatz von Eigenkapital beruht. Aber auch eine Finanzierung nur durch Eigenkapital, die grundsätzlich durchaus möglich wäre, wird praktisch kaum in Frage kommen. Bei der Verfassung unserer Wirtschaft wird kaum eine Unternehmung es umgehen können, anderen mit ihr in Beziehung stehenden Unternehmungen Kredit zu gewähren, wie auch selbst Kredit von anderen Unternehmungen in Anspruch zu nehmen. Diese gegenseitigen Kreditbeziehungen der verschiedensten Arten führen zu einer direkten und indirekten Beteiligung aller Unternehmungen

untereinander, zu einer Verstrickung, aus der sich eine einzelne Unternehmung nicht zu lösen vermag. Man kann daher angesichts dieser Tatsache mit einigem Recht behaupten, daß die Finanzierung einer Unternehmung ausschließlich durch eigene Mittel in der Regel nicht vorkommt.

Nach dem eben Gesagten werden also auch die Gläubiger einer Unternehmung als Kapitalgeber angesehen. Es mag auf den ersten Blick etwas sonderbar erscheinen, zum Kapital einer Unternehmung auch den Posten Kreditoren hinzuzurechnen, da doch juristisch die „Anteile“ (= Ansprüche) der Gläubiger als Forderungen an die Unternehmung und nicht in Form von Beteiligungen auftreten. Doch aus logischen Gründen läßt sich die Ansicht rechtfertigen, daß die Guthaben der Gläubiger einen Teil des Unternehmungskapitals darstellen. Man braucht nur die Frage zu stellen, wer zur Finanzierung einer Unternehmung beigetragen hat, wer der Unternehmung Mittel zur Verfügung gestellt hat. Unter diesem Aspekt betrachtet, stehen sich die eigentlichen Kapitalgeber der Unternehmung, nämlich Unternehmer wie Fremdkapitalisten, und die Gläubiger vollkommen gleich. Das Unternehmungskapital (= das der Unternehmung zur Verfügung stehende Kapital) setzt sich somit aus dem von den Unternehmern aufgebrachten Kapital, dem Eigenkapital, aus dem von fremden Kapitalgebern, die sich formell an der betreffenden Unternehmung beteiligen, beigesteuerten Kapital sowie aus den Guthaben der Gläubiger zusammen.

Auch für eine Buchverlagsunternehmung ist eine Finanzierung sowohl durch Eigen- wie auch durch Fremdkapital durchaus das Gegebene. Sie unterscheidet sich in dieser Hinsicht von keiner anderen Unternehmung.

Was das Verhältnis zwischen Eigen- und Fremdkapital betrifft, so läßt sich ein bestimmtes Verhältnis nicht angeben; zudem wird dieses auch nicht konstant bleiben, sondern während der Lebensdauer der Buchverlagsunternehmung von Periode zu Periode verschieden sein. Da feste Anlagen bei einer Buchverlagsunternehmung fast vollständig fehlen, kommt für sie in erster Linie eine Finanzierung der umlaufenden Werte in Frage.

Es wäre nun zu untersuchen, ob dem Charakter der Buchverlagsunternehmung entsprechend die Finanzierung mehr nach der Seite des Eigen- oder nach der Seite des Fremdkapitals hin tendiert, und

weiterhin, in welcher Form und Höhe der Buchverlagsunternehmung Kapital zur Verfügung gestellt wird.

Da ist zu sagen, daß sich aus der ganzen Natur des Verlagsgeschäftes notwendigerweise bei der Finanzierung eine stärkere Orientierung nach der Seite des Eigenkapitals hin ergibt. Denn einmal liegt es im Interesse des Verlegers, möglichst viel Eigenkapital in sein Unternehmen zu bringen, um sich möglichst große Bewegungsfreiheit zu sichern. Gerade der Umgang mit einer Ware, wie der Ware Buch, deren Marktschicksal, wie nachgewiesen wurde, von Bewegungen und Strömungen des geistigen Lebens, also in besonderem Maße von irrationalen Momenten bestimmt wird, verlangt für den Verleger möglichst große Unabhängigkeit; er muß die Möglichkeit haben, entsprechend seiner Kenntnis der Marktverhältnisse und seiner Beurteilung der Absatzmöglichkeiten seine Entscheidungen zu treffen und seinen eigenen Intentionen nach zu handeln, ohne andere Instanzen befragen zu müssen. Der Erfolg einer Buchverlagsunternehmung hängt nicht zuletzt von der unbehinderten Betätigungsmöglichkeit der Persönlichkeit des Verlegers ab, wie ja überhaupt das Persönlichkeitsmoment im Buchverlag eine bedeutende Rolle spielt. Bei kaum einer anderen Unternehmung prägt sich die Persönlichkeit ihres Leiters so deutlich im „Gesicht" der Unternehmung aus, wie gerade bei einer Buchverlagsunternehmung. Das Bestreben, möglichst unabhängig zu sein, bringt aber für den Verleger auf der anderen Seite den „Nachteil" mit sich, die Verantwortung für sein Handeln und das Risiko allein tragen zu müssen.

Mag also aus dem Grunde, dem Verleger weitgehende Bewegungsfreiheit zu sichern, eine Finanzierung der Buchverlagsunternehmung mit möglichst viel Eigenkapital wünschenswert erscheinen, so liegt der tiefere Grund, weshalb bei der Buchverlagsunternehmung die Finanzierung mit eigenen Mitteln im Vordergrund steht, im beträchtlichen Risiko dieser Unternehmung. Das Verlegen von Büchern trägt in den meisten Fällen einen ausgesprochen spekulativen Charakter. So ist es verständlich, daß eine Finanzierung der Buchverlagsunternehmung zum größten Teil durch eigenes Kapital erfolgen muß, wie ja auch allgemein beobachtet werden kann, daß das Eigenkapital einer Unternehmung um so größer sein muß, je größer das Risiko der Unternehmung ist.

Die eben erwähnten Gründe erklären wohl auch mindestens zum Teil — wenn wir die Frage der Unternehmungsform anschneiden —, daß im Buchverlag der Einzelkaufmann und die Offene Handelsgesellschaft vorherrschen. Im Verlag wurden im Jahre 1920 unter annähernd 2000 Firmen nur 313 in Gesellschaftsform betriebene gezählt, darunter 268 GmbH., 38 Aktiengesellschaften und 7 Kommanditgesellschaften[1]). Dabei handelte es sich zum großen Teil, vor allem bei den in Gesellschaftsform betriebenen Firmen, um gemischte Betriebe (mit angeschlossenen Druckereien, chemiegraphischen Anstalten u. dgl.).

Eine Vermehrung des Eigenkapitals einer Buchverlagsunternehmung wird in der Hauptsache nur durch Investierung der erzielten Gewinne oder durch Einbringen anderer Vermögensteile der Unternehmer möglich sein. Seltener wird eine Vermehrung des Eigenkapitals durch Aufnahme neuer Teilhaber in Frage kommen. Abgesehen von der Beschränkung der Bewegungsfreiheit der bisher allein handelnden Unternehmer, welche die Aufnahme eines neuen Teilhabers mit sich bringt, wird die Frage eine ausschlaggebende Rolle spielen, ob durch die Hereinnahme des Kapitals eines neuen Teilhabers die Grundlagen für eine derartige Steigerung der Rentabilität geschaffen werden, daß auch ein weiterer Teilhaber seinen Lebensunterhalt aus dem Ertrag der Unternehmung bestreiten kann. Die Vermehrung des Eigenkapitals auf dem Wege der Aufnahme eines neuen Teilhabers wird auch nur dann in Betracht kommen, wenn der Umfang der Unternehmung erweitert werden soll, wenn also der gesteigerte Kapitalbedarf ein dauernder ist.

Nun pflegt jedoch der Bedarf an Kapital in einer Buchverlagsunternehmung vielfach als Folge der saisonmäßig bedingten Bedarfsschwankungen am Büchermarkt nur periodenweise zu steigen. Nach Abflauen der gesteigerten Nachfrage am Markte sind weitere Einsatzmöglichkeiten für Kapital zunächst nicht mehr gegeben. Der gesteigerte Kapitalbedarf weist also nur vorübergehenden Charakter auf. In solchen Fällen genügt, sofern die eigenen Mittel nicht ausreichen, die Aufnahme neuer Mittel auf dem Wege des Kredits, zumal die betrieblichen Einrichtungen der Buchverlagsunterneh-

---

[1]) Vgl. Menz, G.: Artikel Buchhandelsbetriebslehre, in: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, S. 208.

mung ohne weiteres auch gesteigerten Anforderungen zu genügen vermögen.

In welcher Form und Höhe können nun fremde Kapitalien der Buchverlagsunternehmung zur Verfügung gestellt werden? Fremdkapital wird von einer Buchverlagsunternehmung vor allem als Betriebskredit, als kurzfristiger Kredit beansprucht. Langfristige Kredite, Anlagekredite werden im allgemeinen bei einer reinen Buchverlagsunternehmung nicht in Frage kommen, da hiefür die Voraussetzungen fehlen; denn, wie des öfteren schon erwähnt wurde, fehlen meist feste Anlagen, die als hinreichende Sicherheiten für die Gewährung von Anlagekrediten angesehen werden. Doch auch die Betriebskredite, die an und für sich kurzfristig zu sein pflegen, können in der Totalität gesehen, einen dauernden Charakter aufweisen, wenn sie immer wieder erneuert werden.

In welcher Form und von wem werden nun üblicherweise der Buchverlagsunternehmung Betriebskredite zur Verfügung gestellt? Da ist zunächst der Lieferantenkredit zu nennen. Als Lieferanten der Buchverlagsunternehmung haben wir vor allem den Papierlieferanten, den Buchdrucker und den Buchbinder kennengelernt. Indem sie ein Zahlungsziel für ihre Lieferungen von der üblichen Dauer gewähren, sind sie während dieser Zeit an der Buchverlagsunternehmung beteiligt. Sie haben zwar kein Geld beigesteuert, sondern Rohstoffe bzw. Leistungen zur Verfügung gestellt. In der Rechnung der Unternehmung treten sie jedoch ebenso als Beteiligte auf, wie wenn sie Geld beigebracht hätten.

Was mit den eingeräumten Lieferantenkrediten finanziert werden kann, hängt einerseits von der Dauer der Kreditfrist, andererseits von der Umschlagsdauer der einzelnen Verlagswerke ab. Denn sollen diese Kredite für die Unternehmung von Nutzen sein, müssen sie ihr jeweils solange zur Verfügung stehen, bis sie sich reproduziert haben, d. h. bis sie wieder zu Geld geworden sind. Inwieweit sie also zur Finanzierung der Buchverlagsunternehmung beitragen, wird nur aus den speziellen Verhältnissen der einzelnen Buchverlagsunternehmung heraus genau beantwortet werden können.

Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, daß der Buchdrucker nicht selten dem Verleger Kredite von längerer Dauer gewährt und unter Umständen die Herausgabe einzelner Verlagswerke vollständig finanziert. Die Grund für ein solch weitgehendes Entgegen-

kommen des Buchdruckers dem Verleger gegenüber liegt wohl meist in der Sorge, für seinen Maschinenpark sonst nicht genügend Beschäftigung zu finden; er sucht daher durch besonders günstige Kreditgewährung den Verleger an sich zu binden und sich dessen weitere Aufträge zu sichern. Allerdings bedeutet dieses Vorgehen für ihn nicht selten ein großes Risiko; wohl steht ihm im Notfall der Zugriff auf die sich in seinem Betrieb in der Herstellung oder am Lager befindlichen Verlagserzeugnisse offen, doch als Sicherheiten sind sie von sehr problematischem Wert. Klagen der Buchdrucker und Warnungen vor zu weitgehender Kreditgewährung an die Verleger, wie sie in Buchdrucker-Fachblättern zu finden sind, erscheinen daher durchaus verständlich.

Lieferantenkredite vermögen wohl zur Finanzierung einer Unternehmung beizutragen, aber jedenfalls nicht alle Kapitalbedürfnisse einer Unternehmung zu befriedigen. Denn eine Unternehmung bedarf nicht nur der Rohstoffe und ähnlicher Dinge, sondern benötigt auch immer Geld, z. B. zur Bezahlung von Löhnen und Gehältern, zur Deckung von Unkosten, Steuern usw. Da müssen nun die Banken einspringen, die Geldkredite, allerdings meist nur als sogenannte Komplementärkredite in Zeiten besonderer Anspannung, die nach deren Ablauf wieder zurückgezahlt werden müssen, gewähren.

Solche kurzfristigen Überbrückungskredite werden auch einer „gesunden“ Buchverlagsunternehmung zur Verfügung stehen. Inwieweit ihr aber auch längere Betriebskredite für Produktionszwecke von den Banken zur Verfügung gestellt werden, hängt im Einzelfalle vom Charakter und der Gangbarkeit der Erzeugnisse der betreffenden Buchverlagsunternehmung, überhaupt vom Ansehen, das eine Firma genießt, ab. Da feste Anlagen als Sicherungsgrundlagen für solche Kredite fehlen und auch die vorhandenen Verlagsvorräte kaum eine genügende Sicherheit darstellen, wird für die einen solchen Kredit gewährende Bank als Kriterium der Beurteilung des Wertes und der Stärke einer Buchverlagsunternehmung nur die Höhe des Umsatzes dienen können, und sie wird danach die Entscheidung treffen, ob und in welcher Höhe sie der Buchverlagsunternehmung einen solchen Kredit gewährt. Die weitaus häufigste Form, in der Banken dem Buchverlag Kredit gewähren, ist die des Kontokorrentkredits.

Ob eine Buchverlagsunternehmung zu Produktionszwecken Bankkredit in Anspruch nimmt, wenn sie solchen bekommen kann, ist auf der anderen Seite jedoch eine Frage der Kosten. Vom Verleger werden daher eingehende Rentabilitätserwägungen angestellt werden, bevor er seine Kapitalbedürfnisse auf diesem Wege befriedigt.

Neben diesen auch in anderen Wirtschaftszweigen bestehenden Möglichkeiten der Beschaffung von Betriebsmitteln auf dem Wege der Inanspruchnahme von Lieferanten- und Bankkredit gibt es für eine Buchverlagsunternehmung auch noch andere. Sie fallen zwar neben der Finanzierung durch Lieferanten- und Bankkredit weniger ins Gewicht, sollen aber doch Erwähnung finden, da sie gerade für eine Buchverlagsunternehmung typisch sind. Es handelt sich hier einmal um die Beteiligung des Autors selbst oder sonstiger Interessenten an der Finanzierung der Herausgabe eines Verlagswerkes. Es wurde schon davon gesprochen, daß, namentlich beim Verlag wissenschaftlicher Bücher, das Erscheinen eines Buches vielfach erst durch Zuschüsse des Autors oder durch Subventionen seitens des Staates, wissenschaftlicher Institute oder anderer interessierter Stellen ermöglicht wird, da das Verlegen eines solchen Buches wegen des voraussichtlich geringen Absatzes für den Verleger finanziell nicht tragbar ist.

Auf eine weitere Art der Finanzierung, die allerdings nur selten beobachtet werden kann, soll der Vollständigkeit halber noch hingewiesen werden: auf die Finanzierung auf dem Wege der Subskription mit Vorauszahlung. Der Verleger sucht den voraussichtlichen Abnehmerkreis zu erfassen, indem er die Interessenten zur Subskription einladet, und zieht sie zugleich zur Finanzierung heran, indem er Vorauszahlungen fordert. Dieses Verfahren wird in der Regel nur bei der Herausgabe größerer und kostspieligerer Verlagswerke, wie z. B. bei einem mehrbändigen Lexikon oder einem großen Reihenwerk, Anwendung finden. Eine Erleichterung der Finanzierung und damit auch des Risikos bringt auch die Herausgabe von Verlagswerken im Wege der einfachen Subskription (ohne Vorauszahlung) und das Erscheinenlassen in Lieferungen.

Über die Finanzierung der Buchverlagsunternehmung läßt sich kurz zusammengefaßt also sagen: In welcher Höhe fremde Mittel

einer Buchverlagsunternehmung zur Verfügung stehen und inwieweit sie den Betriebsprozeß zu finanzieren vermögen, wird von den besonderen Umständen jeder einzelnen Buchverlagsunternehmung abhängen. Bei dem Kapitalaufbau einer Buchverlagsunternehmung wird die Gewährung von Krediten an die Buchverlagsunternehmung jedenfalls vom Vorhandensein eines bestimmten Eigen- oder Garantiekapitals abhängig sein. Bei dem spekulativen Charakter des Verlagsgeschäfts wird eine Buchverlagsunternehmung in der Regel vorwiegend vom eigenen Kapital des Verlegers getragen sein müssen. Fremde Mittel werden in größerem Umfang auch meist nur in Zeiten besonderer Anspannung, also vorübergehend, in die Buchverlagsunternehmung fließen. Eine Finanzierung der Buchverlagsunternehmung mit Eigenkapital steht, wie wir ausgeführt haben, auch aus anderen Gründen im Vordergrund. Eine Mehrung des Eigenkapitals erfolgt in vielen Fällen durch Investierung erzielter Gewinne. Der Aktionsradius einer Buchverlagsunternehmung wird daher nach dem Gesagten in erster Linie von der Größe des Eigenkapitals bestimmt sein. Da der ganzen Natur der Buchverlagsunternehmung entsprechend alles nach einer Finanzierung mit möglichst eigenen Mitteln drängt, ist auch für die Neugründung einer Buchverlagsunternehmung in der Regel das Vorhandensein eines ansehnlichen Eigenkapitals Voraussetzung.

3. Kapitel

Das Problem der Liquidität in der Buchverlagsunternehmung

In den vorhergehenden Ausführungen wurde darauf hingewiesen, daß sich das Geschehen in der Buchverlagsunternehmung, wie in jeder Unternehmung, in dem Umwandlungsprozeß von Geld in Ware und von Ware wieder in Geld äußert, und daß das Tun und Treiben jedes Unternehmers darauf gerichtet ist, den Ablauf dieses

Geldumwandlungsprozesses möglichst reibungslos zu gestalten, um Erfolg in Gestalt eines Mehr an Geld, eines Gewinnes, zu erzielen. Es wurde auch untersucht, wie dieser Geldumwandlungsprozeß sich in einer Buchverlagsunternehmung vollzieht und welche Veranstaltungen vom Verleger getroffen werden, um diesen Prozeß einzuleiten und durchzuführen.

Im engsten Zusammenhang mit diesem Geldumwandlungsprozeß steht die Frage der Zahlungsbereitschaft, das Problem der Liquidität. Ganz allgemein formuliert lautet diese Frage so: Wann muß den betrieblichen Notwendigkeiten entsprechend einer Unternehmung Geld zur Verfügung stehen? Eine Antwort auf diese Frage wird nur aus dem spezifischen Umsatzrhythmus jeder einzelnen Unternehmung gegeben werden können. Die Frage der Liquidität besteht also für eine Unternehmung in der Sorge, immer dann Geld zur Verfügung zu haben, wenn man es braucht, d. h. immer zahlungsbereit zu sein.

Wie kann nun aber die Zahlungsbereitschaft einer Unternehmung überhaupt in Frage gestellt sein? Bei der Gründung der Unternehmung wurde doch dafür Sorge getragen, daß sie mit den notwendigen Mitteln ausgestattet wurde! Jedoch selbst wenn dies auch in besonders reichlichem Maße geschehen wäre, so konnten dabei doch nicht alle unvorhergesehenen und außergewöhnlichen Ereignisse des Wirtschaftslebens mitberücksichtigt werden. Der Ablauf der Wirtschaft vollzieht sich nicht mit der Regelmäßigkeit einer Maschine. Die Wirtschaft ist im Gegenteil etwas Lebendiges und befindet sich immer im Fluß. Ein ständiges Auf und Ab, ein Wechsel von Konjunkturen und Krisen ist ihr durchaus eigentümlich. Es ist unmöglich für die Unternehmung als ein Glied dieser Wirtschaft, alle diese Bewegungen und Veränderungen im Ablauf des wirtschaftlichen Lebens zum voraus in Rechnung zu stellen.

Auch der Ablauf des Betriebsprozesses vollzieht sich nicht mit einer solchen Regelmäßigkeit, daß für alle Eventualitäten vom Unternehmer vorgesorgt werden könnte. Bald verläuft der Absatz langsamer als vorhergesehen, bald stockt er ganz, der Unternehmer „bleibt auf seinem Lager sitzen“, und der Anschluß an das Geld wird später als erwartet oder gar nicht erreicht. Oder nach vollzogenem Absatz zahlen die Schuldner nur schleppend oder über-

haupt nicht, und der Geldumwandlungsprozeß wird gestört. Auch der umgekehrte Fall kann eintreten: Die Erzeugnisse finden eine günstige Aufnahme am Markte, und es könnten mehr davon abgesetzt werden als vorhergesehen wurde. Soll die günstige Konjunktur ausgenützt werden, so ist eine stärkere Anspannung und ein größerer Bedarf an Mitteln, als erwartet wurde, die Folge. Alle die Ursachen, die eine Geldknappheit hervorrufen, können hier nicht aufgezählt werden. Es soll hier nur auf die Tatsache hingewiesen werden, daß im Leben einer Unternehmung sich immer wieder Zeiten der Geldknappheit oder sogar der Illiquidität einstellen. Umgekehrt werden aber auch immer wieder solche Perioden zu beobachten sein, in denen der Unternehmung mehr flüssige Mittel zur Verfügung stehen als sie gerade benötigt. Die Liquidität einer Unternehmung wird daher immer Schwankungen unterliegen, und das Ideal, immer gerade so viel Geld, nicht weniger, aber auch nicht mehr, in der Kasse zu haben als benötigt wird, ist nie zu erreichen.

Auch der Fall, daß eine Unternehmung dauernd über mehr flüssige Mittel verfügt, als für den Betriebsprozeß gebraucht werden, der andauernde Zustand der Überliquidität, kann für sie nicht als wünschenswert angesehen werden. Es ist durchaus nicht so, wie manchmal gefordert wird, daß die Unternehmung danach streben solle, möglichst liquide zu sein. Das oberste Ziel der Unternehmung ist die Rentabilität und nicht eine möglichst große Liquidität. Denn hätte es der Unternehmer nur darauf abgesehen, möglichst liquide zu sein, so würde er ja einen Teil seines Kapitals dem Zweck seiner Unternehmung entziehen, brach liegen lassen. Je größere Summen an Geld er dem Geldumwandlungsprozeß seiner Unternehmung entzieht, desto geringer sind seine Gewinnchancen und desto mehr schmälert er letzten Endes den erwarteten Ertrag der Unternehmung. Das Streben nach Liquidität ist also durchaus dem Streben nach Rentabilität untergeordnet. Es mag für eine Unternehmung doch genügen, jeweils nur über so viele flüssige Mittel verfügen zu können, als sie für die nächste Zeit benötigt, und im Augenblick der höchsten Anspannung gerade noch den letzten Pfennig in der Kasse zu haben.

Kann dieses Ideal auch nicht erreicht werden, da eine Unternehmung als Glied unserer heutigen Wirtschaft so manchen unvor-

hergesehenen Ereignissen sich gegenübergestellt sieht, so kann sie doch bemüht sein, bei ihrem finanziellen Gebaren, so gut es eben möglich ist, diesem idealen Zustand zuzustreben.

Nach diesen grundsätzlichen Ausführungen über das Liquiditätsproblem wenden wir uns nun der Buchverlagsunternehmung zu und fragen, wie sich hier die Frage der Liquidität darstellt. Unterscheidet sich die Buchverlagsunternehmung hinsichtlich der Frage der Liquidität von anderen Unternehmungen? Gewinnt diese Frage bei ihr eine besondere Bedeutung und lassen sich spezifische Momente feststellen, die den Liquiditätsgrad einer Buchverlagsunternehmung beeinflussen? Auf diese Fragen ist zunächst einmal zu antworten, daß das Problem der Liquidität für die Buchverlagsunternehmung von derselben Bedeutung ist, wie für jede andere Unternehmung auch, und daß sie keineswegs, etwa dem Charakter ihrer Erzeugnisse entsprechend, in Hinsicht auf die Liquidität besser gestellt wäre als andere Unternehmungen.

Auch ihr sind Störungen im Ablauf des Geldumwandlungsprozesses in reichlichem Maße beschieden, und man könnte versucht sein, zu behaupten, daß dem spekulativen Charakter des Verlagsgeschäfts entsprechend sich bei ihr die Geldumwandlung eher noch unregelmäßiger als anderswo vollziehen kann. So wird es für den Verleger durchaus nicht leicht sein, für ausreichende, den jeweiligen Verhältnissen angemessene Liquidität seiner Unternehmung Vorsorge zu treffen.

Bei der Darstellung des Geldumwandlungsprozesses konnten wir schon darauf hinweisen, daß die Geldumwandlung in einer Buchverlagsunternehmung von sehr unterschiedlicher Dauer ist und daß auch der Bedarf an Betriebsmitteln großen Schwankungen unterworfen ist. Der Verleger weiß nie, wenn wir vom speziellen Falle des Verlags eingeführter Schulbücher und ähnlich gelagerten Fällen absehen, ob überhaupt seine Ware am Markte Aufnahme findet — das Verlegen von Büchern ist nun einmal in vielen Fällen eine Art Lotteriespiel, bei dem Nieten unvermeidbar sind —, und wenn ja, in welcher Zeit und in welcher Höhe er mit dem Rückfluß der investierten Geldmittel rechnen kann. Wie schon erwähnt wurde, wird der Verlauf des Absatzes der Buchware von irrationalen, unberechenbaren Momenten in besonderem Maße beeinflußt, und es konnte gesagt werden, daß die einzelnen Verlagswerke oft

die seltsamsten Schicksale am Büchermarkt erleben. Auch nach dem Verkauf, nach dem die Buchverlagsunternehmung zumeist noch nicht wieder in den Besitz von Geld gelangt ist, da unter Umständen auf ganz beträchtliche Zeit hinaus Kredit gewährt werden muß, können noch Störungen und Unregelmäßigkeiten auftreten.

Auf der anderen Seite tritt am Büchermarkt infolge des Auftretens neuer geistiger Bewegungen oder infolge besonderer Ereignisse irgendwelcher Art oder auf Grund von Modeströmungen, wie auch schon oben ausgeführt wurde, nicht selten neuer Bedarf an Büchern bestimmter Richtung in Erscheinung, und es eröffnen sich für den Verleger neue Absatzchancen. Will er sich diese nicht entgehen lassen, bedarf er plötzlich beträchtlicher Mittel zu Produktionszwecken. Verfügt er selbst über die notwendigen Mittel und verwendet er sie zur Herstellung von Verlagswerken der begehrten Richtung, so wird meist eine starke Anspannung in seiner Unternehmung die Folge sein. Reichen die eigenen Mittel nicht aus, so wird ein Kredit helfen müssen. Steht Kredit zur Verfügung, so bedeutet dies hinsichtlich der Liquidität einer Unternehmung soviel, wie wenn sie eigene Geldreserven besäße.

Die Liquidität einer Buchverlagsunternehmung wird angesichts der geschilderten Verhältnisse immer schwanken. Es wurde schon oben geschildert, daß die Herausgabe jedes einzelnen Buches sich im finanziellen Gebaren der Buchverlagsunternehmung so widerspiegelt: Geld wird in größeren Beträgen ausgegeben, um in vielen kleinen Beträgen wieder langsam angesammelt zu werden. Wohl mag sich die Geldumwandlung auch bei anderen Unternehmungen auf solche Weise vollziehen, doch der Charakter des Ruckartigen im Geldumwandlungsprozeß wird bei einer Buchverlagsunternehmung besonders ausgeprägt sein. Eine gleichmäßigere Verteilung der Ausgaben ist jedenfalls nicht möglich. Die Folge wird somit sein, daß eine Buchverlagsunternehmung durch die Herstellung jedes neuen Verlagswerkes zunächst ihre Liquidität vermindert, um dann allmählich entsprechend dem Verlauf des Absatzes wieder liquider zu werden. Ein Schwanken des Liquiditätsgrades ist also unvermeidlich. Nun kann sich aber, da eine Buchverlagsunternehmung in der Regel nicht nur ein einziges Verlagswerk herausgibt, sondern verschiedene teils nacheinander, teils nebeneinander, aus dem zeitlich verschiedenen Ablauf der

Einzelrhythmen ein gewisser Ausgleich ergeben, so daß die Ausschläge der Liquiditätskurve eine Abschwächung erfahren.

Im gesamten gesehen wird sich in einer Buchverlagsunternehmung ein dauernder Wechsel von Perioden besonderer Anspannung und solcher größerer Flüssigkeit feststellen lassen; denn ein Zwang zu fortlaufender Produktion, was eine gleichmäßigere finanzielle Beanspruchung zur Folge hätte, besteht, wie erwähnt, bei ihr in der Regel nicht; die Produktion kann vielmehr zu ganz unterschiedlichen Zeiten innerhalb eines Jahres vorgenommen werden. Es konnten jedoch für den Zeitpunkt der Neuproduktion bei den einzelnen Verlagssparten gewisse Regelmäßigkeiten festgestellt werden. Dem vermehrten Bedarf entsprechend steigert sich im belletristischen Verlag die Produktionstätigkeit vor Weihnachten und Ostern, im wissenschaftlichen Verlag, allerdings in der Regel weniger stark ausgeprägt, jeweils vor Semesterbeginn. Am schärfsten ist der Wechsel zwischen Zeiten der Herstellung und solchen des bloßen Verkaufes bei Schulbücherverlagen ausgeprägt. Bei ihnen drängt sich, wie bekannt, in die Zeit vor dem Schulbeginn der größte Teil der Jahresproduktion zusammen; die Finanzlage solcher Verlage ist in dieser Zeit daher außerordentlich angespannt und wird nacher in der ruhigeren Zeit übermäßig liquide. Solche Verlage sind Unternehmungen mit Saisonbetrieben vergleichbar. Sie werden auch bestrebt sein, einen Ausgleich in der Beanspruchung herbeizuführen, indem sie in der ruhigeren Zeit sich dem Verlegen anderer ihrer Verlagsrichtung verwandter, etwa pädagogischer Bücher, widmen.

Aus der ganzen Art des Rhythmus' einer Buchverlagsunternehmung ergibt sich auch, daß sie immer wieder eine Zeitlang überliquide sein muß. Dieser Zustand wird in der Regel vor der Herausgabe neuer Verlagswerke eintreten, da eben zum Zwecke der Neuproduktion Gelder angesammelt werden. Um ihr oberstes Ziel, Gewinn, zu erreichen, wird es also eine Buchverlagsunternehmung nicht umgehen können, zeitenweise den Zustand der Überliquidität über sich ergehen zu lassen.

So führt die Betrachtung über die Liquidität einer Buchverlagsunternehmung immer wieder zu der Erkenntnis, daß die Liquidität in einer Buchverlagsunternehmung aus deren Natur heraus notwendigerweise Schwankungen aufweist. Die Liquidität einer Unter-

nehmung „ist nicht ein Zustand, der nur einmal begründet werden muß, um dann ewig fortzubestehen und für alle Zeiten gesichert zu sein. Sie ist nicht statischer Art, sondern durchaus dynamisch“[1]).

Ein Mittel, liquider zu werden, besteht bei einer Buchverlagsunternehmung in der Möglichkeit der Einschränkung der Neuproduktion und damit der Drosselung der Aufwendungen bis auf die fixen Kosten. Es besteht ja bekanntlich bei ihr kein so ausgesprochener Zwang, fortlaufend zu produzieren, wie bei einer industriellen Unternehmung, bei der Betriebseinschränkungen größere Schwierigkeiten verursachen. Eine Industrieunternehmung besitzt einen Produktionsapparat, der im Interesse einer möglichst hohen Rentabilität fortlaufend beschäftigt sein soll. Eine Buchverlagsunternehmung verfügt demgegenüber, wie ausgeführt wurde, über keinerlei sachliche Produktionsmittel. Sie kann grundsätzlich ihre Produktion einschränken und von ihren Vorräten verkaufen, um während dieser Zeit Gelder für eine neue Produktion anzusammeln.

Wie jede Unternehmung, kann auch die Buchverlagsunternehmung liquide sein und sich liquide halten, solange sie Erfolg erzielt[1]). Denn der Erfolg ist die Voraussetzung für die Aufrechterhaltung der Liquidität einer Unternehmung. Eine Unternehmung, die immer Verluste erleidet, kann auf die Dauer nicht liquide bleiben.

---

[1]) Vgl. Rieger, W.: A. a. O. S. 278.

Schluß

In der vorliegenden Arbeit ist versucht worden, einen speziellen Typ der Unternehmung darzustellen. Es wurde eine Unternehmung gewählt, die auf dem Weg über die eigenartige Ware Buch ihr Ziel zu erreichen sucht, und zwar indem sie das Verlegen von Büchern betreibt. Die Aufgabe bestand also vor allem darin, die Besonderheiten aufzuzeigen, die einer Buchverlagsunternehmung eigentümlich sind.

Zu diesem Zweck erschien es notwendig, die Eigenart dieser Ware darzustellen und die Verhältnisse am Büchermarkt kennenzulernen, bevor auf die eigentlichen Unternehmungsprobleme eingegangen wurde. Auch die betrieblichen Veranstaltungen, die von der Buchverlagsunternehmung getroffen werden, um diese Ware herzustellen und an den Markt zu bringen, sowie die buchhändlerischen Einrichtungen, die sie dabei unterstützen, mußten zuvor des näheren beschrieben werden. Erst danach konnte an eine Erörterung der Unternehmungsprobleme herangegangen werden, wie sie in den speziellen Verhältnissen einer Buchverlagsunternehmung in Erscheinung treten.

Die Besonderheiten der Buchverlagsunternehmung, auf die im Verlaufe dieser Untersuchung hingewiesen werden konnten, sind letzten Endes im Charakter der Buchware begründet. Vor allem die Tatsache, daß das Buch auch als Ware Träger und Vermittler von Ideen, von Geist ist, gibt die Erklärung für die besonderen Verhältnisse in der Buchverlagsunternehmung.

Weil das Buch vom Konsumenten in erster Linie als geistiges Erzeugnis betrachtet wird, ist auch seine ganze Einstellung dieser Ware gegenüber verschieden von der anderen Waren gegenüber und äußert sich in einem entsprechenden Verhalten auf dem Büchermarkt. Es wurde versucht, Motive, die das Verhalten des Buchkonsumenten beeinflussen, aufzuzeigen. Als Ergebnis dieser Erörterungen konnte festgestellt werden, daß die Buchverlagsunter-

nehmung in besonderem Maße mit außerwirtschaftlichen Gegebenheiten zu rechnen hat, ein Moment, durch welches das Risiko der Buchverlagsunternehmung besonders ausgeprägt ist. Gerade bei der Betrachtung der Buchverlagsunternehmung kann einem zum Bewußtsein kommen, was Unternehmung im eigentlichen Sinne des Wortes bedeutet.

Bei der Schilderung der Buchverlagsunternehmung mußte naturgemäß typisiert werden. Alle die mannigfachen Erscheinungen des Lebens festhalten zu wollen, ist ein Ding der Unmöglichkeit. Es kam ja auch nicht darauf an, möglichst viele Einzelheiten zur Darstellung zu bringen, sondern nur das für den Typ Buchverlagsunternehmung Wesentliche, Charakteristische sollte aus der Vielheit der Erscheinungen herausgezogen und geschildert werden.

Wie jeder anderen Unternehmung, ist auch der Buchverlagsunternehmung aus den Notwendigkeiten unserer Wirtschaft heraus das Ziel gesetzt, nach Erwerb, nach Gewinn zu streben. Wenn im Verlaufe der vorliegenden Untersuchung diese Tatsache mit besonderer Deutlichkeit hervorgehoben wurde, so sollte damit dieses Ziel weder gutgeheißen noch abgelehnt werden. Und wenn behauptet wurde, daß auch der Verleger diesem Ziel zustrebt, so wird damit nicht gesagt, daß das Streben des Verlegers nur auf reinen Gelderwerb ausgerichtet sei, und wird auch die Rolle, welche der Verleger im kulturellen Leben spielt, und die Aufgabe, die er dort zu erfüllen hat, durchaus nicht verkannt. Eine Erörterung dieser Frage kann jedoch in einer privatwirtschaftswissenschaftlichen Untersuchung keinen Raum finden. In einer solchen kann ein bestimmter Komplex von Fragen nur aus wirtschaftlichen Aspekten heraus betrachtet werden.

Lebens- und Bildungsgang

Am 5. Februar 1907 wurde ich, Otto Bader, als Sohn des Verlagsbuchhändlers Adolf Bader in Rottenburg am Neckar geboren. Ich besitze die deutsche Staatsangehörigkeit. In Rottenburg a. N. besuchte ich zuerst zweieinhalb Jahre die Volksschule und durchlief dann das Progymnasium Rottenburg, das ich im Frühjahr 1922 nach Ablegen der Prüfung für die mittlere Reife verließ. Anschließend besuchte ich die drei obersten Klassen des Gymnasiums Tübingen, wo ich im Frühjahr 1925 das Zeugnis der Reife erhielt.

Vom Sommersemester 1925 ab studierte ich an der Universität Tübingen drei Semester Staats- und Wirtschaftswissenschaften. Im Wintersemester 1926/27 besuchte ich die Universität Berlin und im Sommersemester 1927 die Universität Kiel. Vom Wintersemester 1927/28 ab war ich wieder an der Universität Tübingen als ordentlicher Studierender der Staatswissenschaften eingeschrieben und wurde im Frühjahr 1930 exmatrikuliert.

Im Herbst 1928 legte ich in Tübingen die Diplomprüfung für Volkswirte ab.

Vom Frühjahr 1930 ab war ich in Rottenburg und Stuttgart in den väterlichen Verlagen tätig und besuchte nebenher als Hörer wirtschaftswissenschaftliche Vorlesungen und Seminare an der Universität Tübingen.